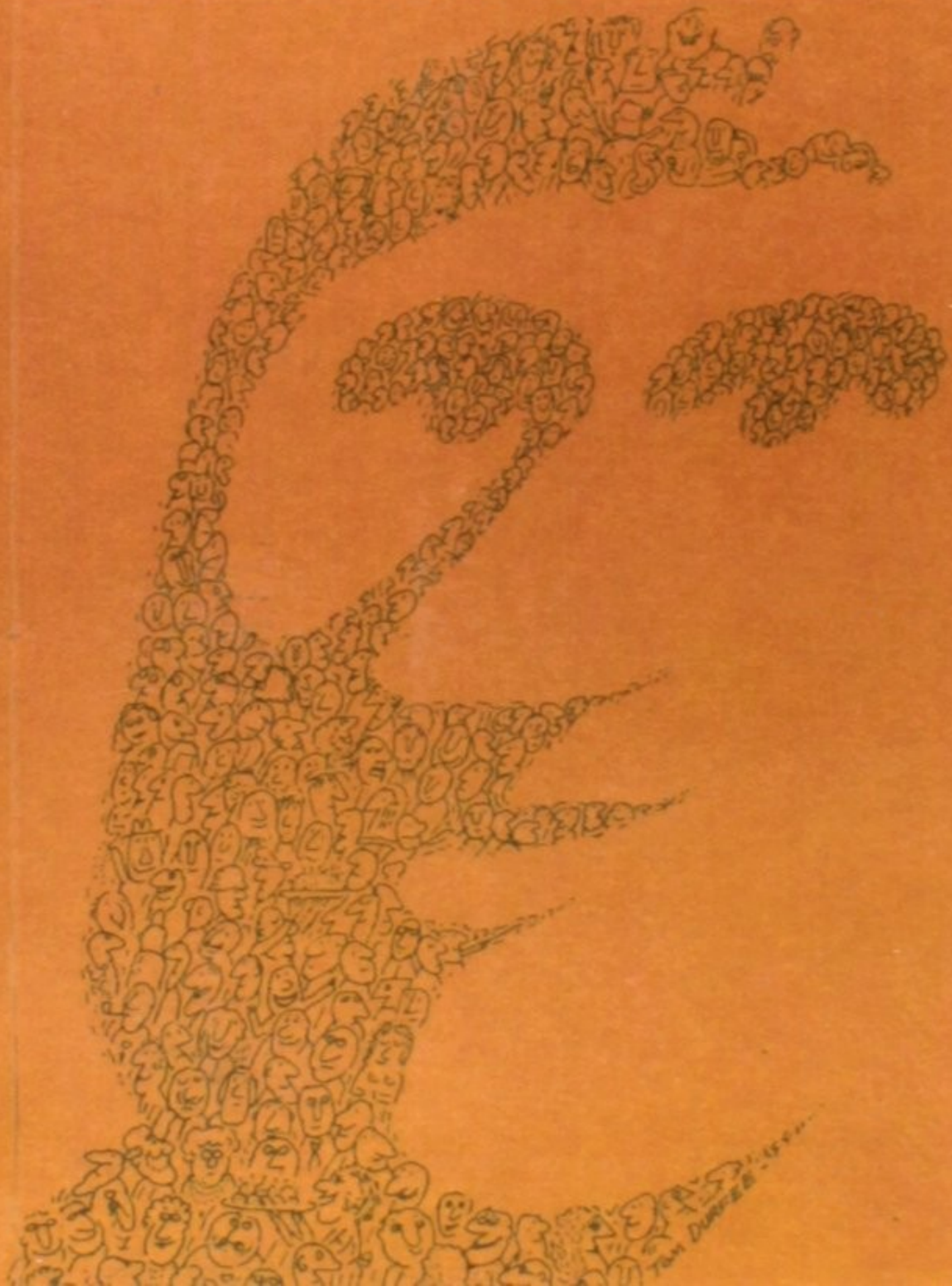
Elliot Aronson

O Animal Social

Introdução ao Estudo do Comportamento Humano



Livros de Elliot Aronson

Handbook of Social Psychology (com G. Lindzey), 2ª ed., 1968-1969

Teorias de Consistência Cognitiva (com R. Abelson et al.), 1968

Voices of Modern Psychology, 1969

The Social Animal, 1972, 1976, 1980, 1984, 1988, 1992, 1995, 1999, 2003, 2008, 2011, 2018

Readings About The Social Animal, 2019, 1972, 1976, 1980, 1984, 1988, 1992, 1995, 1999, 2003, 2008, 2011

Psicologia Social (com R. Helmreich), 1973

Métodos de pesquisa em psicologia social (com M. Carlsmith & Ellsworth), 1976

The Jigsaw Classroom, 1978

Burnout: From Tedium to Personal Growth (com A. Pines & D. Kafry), 1981

Uso de energia: The Human Dimension (com PC Stern), 1984

The Handbook of Social Psychology (com G. Lindzey), 3ª ed., 1985

Carreira Burnout (com A. Pines), 1988

Métodos de Pesquisa em Psicologia Social (com Ellsworth, M. Carlsmith, & Gonzales), 1990

Age of Propaganda (com AR Pratkanis), 1992, 2000

Psicologia Social: Volumes 1, 2 e 3 (com AR Pratkanis), 1992

Social Psychology: The Heart and the Mind (com T. Wilson & R. Akert), 1994

Ninguém Deixado para Odiar: Ensinando Compaixão Depois de Columbine, 2000

Social Psychology: An Introduction (com T. Wilson, R. Akert, & S. Sommers), 2002, 2005, 2007, 2010, 2013, 2016

As Aventuras de Ruthie e um Garotinho Chamado de Vovô (com Ruth Aronson), 2006

Erros foram cometidos (But Not By Me) (com Carol Tavris), 2007, Rev. ed., 2015

Not By Chance Alone: My Life as a Social Psychologist, 2010

Livros de Joshua Aronson

Improving Academic Achievement, 2002

The Scientist and The Humanist (com MH Gonzales e C. Tavris) 2010

Décima Segunda Edição

O animal social

Elliot Aronson

Universidade da Califórnia, Santa Cruz

com Joshua Aronson

Universidade de Nova York

Vice-presidente, Ciências Sociais e Ensino Médio: Charles Linsmeier

Diretor de Conteúdo e Avaliação, Ciências Sociais: Shani Fisher

Gerente Executivo do Programa: Christine Cardone

Editor Assistente: Melissa Rostek

Gerente Executivo de Marketing: Katherine Nurre

Assistente de marketing: Chelsea Simens

Diretor de Editorial de Mídia, Ciências Sociais: Noel Hohnstine

Editor assistente de mídia: Nik Toner

Diretor, aprimoramento do gerenciamento de conteúdo: Tracey Kuehn

Editor-chefe: Lisa Kinne

Gerente de projeto de conteúdo sênior: Vivien Weiss

Gerente de Projeto: Priyanka Sharma, Lumina Datamatics, Inc.

Produtora de mídia: Eve Conte

Supervisor de fluxo de trabalho sênior: Susan Wein

Gerente de Projeto de Fluxo de Trabalho Sênior: Lisa McDowell

Editor de fotos: Sheena Goldstein

Diretor de Design, Gerenciamento de Conteúdo: Diana Blume

Design de capa e texto: Victoria Tomaselli

Composição: Lumina Datamatics, Inc.

Desenho da capa: Tom Durfee

Número de controle da Biblioteca do Congresso: 2017962739

ISBN-13: 978-1-4641-7871-9 (EPUB)

© 2018, 2012, 2008, 2004 Worth Publishers

Todos os direitos reservados.

Worth Publishers

One New York Plaza

Suite 4500

Nova York, NY 10004-1562

www.macmillanlearning.com

Pra Vera, claro

Conteúdo

A história deste livro

Agradecimentos

1 O que é psicologia social?

2 Cognição Social

3 Auto-justificativa

4 Conformidade

5 Comunicação de massa, propaganda e persuasão

6 Agressão Humana

7 preconceito

8 Gostar, amar e conectar

9 Psicologia Social como Ciência

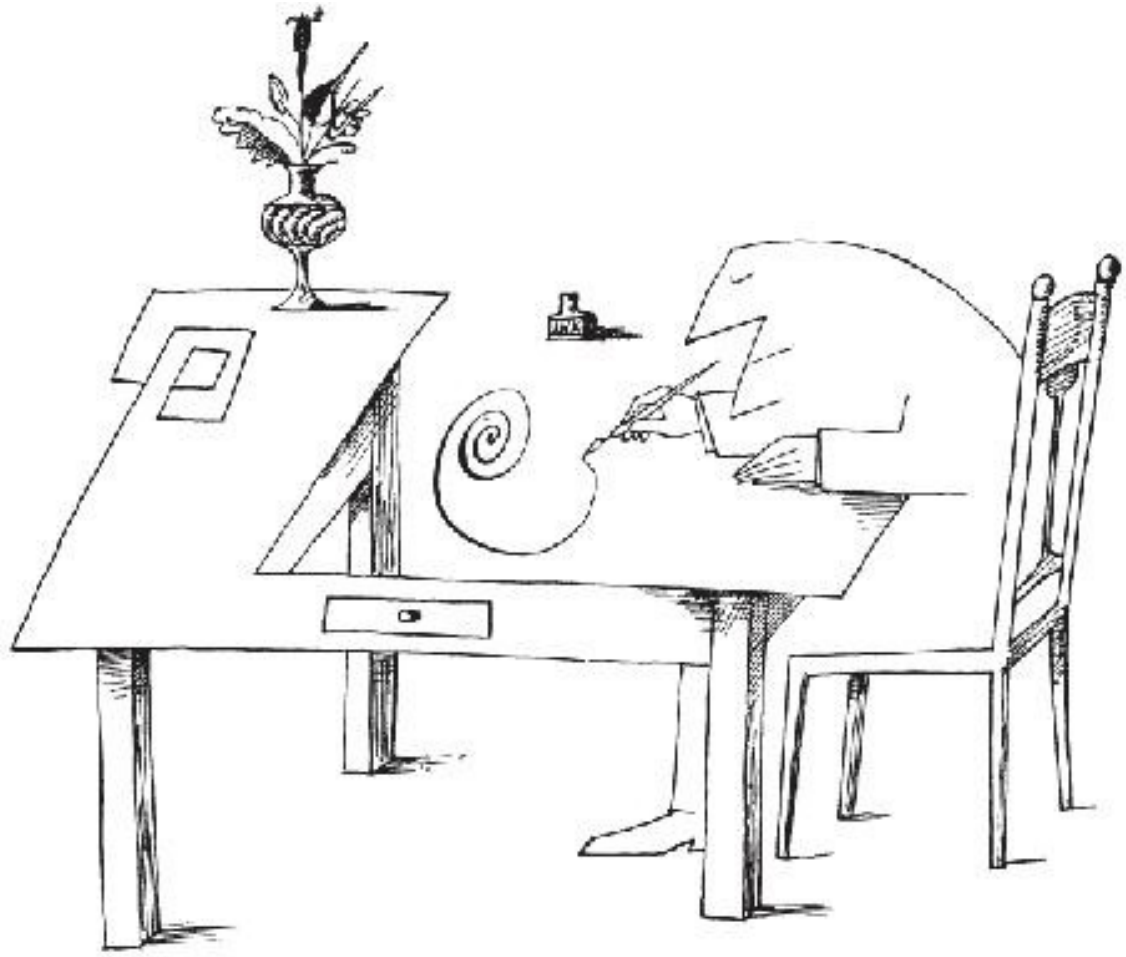
Glossário

Notas

Índice de Nomes

Índice de Assuntos

A história deste livro



Saul Steinberg, *desenho sem título* , tinta sobre papel.

Originalmente publicado na *The New Yorker* , 29 de maio de 1965.

Em 1970, quando era um professor relativamente jovem na Universidade do Texas, recebi uma oferta que não pude recusar. Fui convidado a passar o ano em um belo local, enquanto recebia meu salário acadêmico integral e não fazia absolutamente nada - nada mal!

O local era uma colina rústica nos limites do campus da Universidade de Stanford, a uma curta distância de San Francisco, minha cidade favorita no mundo. A instituição na linda colina é um think tank chamado Center for Advanced Study in Behavioral Sciences. Além do salário de um ano, o pessoal do Centro de Estudos Avançados me deu um escritório, toda a ajuda de secretaria de que eu pudesse precisar, acesso a uma biblioteca muito boa, almoço grátis e a oportunidade de trocar ideias com algumas dúzias estudiosos ilustres, se eu quisesse ou não - no caso de preferir passear no distrito dos teatros de São Francisco ou esquiar nas Altas Sierras. Não havia amarras.

Então lá estava eu, com um ano inteiro para fazer qualquer coisa que meu coração desejasse, e o que eu fiz? Decidi me isolar em meu escritório na colina e escrever este livro. Por quê? Se há um único motivo, é que, alguns meses antes, eu me ouvi dizer a 600

alunos em minha aula introdutória de psicologia social que a psicologia social é uma ciência jovem - e, em retrospecto, aquela semiaculação me fez sentir um covarde.

Deixe-me explicar: nós, psicólogos sociais, gostamos de dizer que a psicologia social é uma ciência jovem - e, em relação à maioria das disciplinas científicas (por exemplo, biologia, astronomia), essa é uma afirmação precisa. É claro que observadores astutos têm feito pronunciamentos interessantes e propondo hipóteses estimulantes sobre fenômenos sociais, pelo menos desde a época de Aristóteles, mas esses pronunciamentos e hipóteses não foram seriamente testados até meados do século XX. O primeiro experimento psicológico social sistemático foi conduzido por Norman Triplett em 1898 (ele mediu o efeito da competição no desempenho), mas foi somente em meados do século XX que a psicologia social experimental realmente decolou, principalmente sob a inspiração de Kurt Lewin e seus alunos talentosos.

Em um sentido mais profundo, entretanto, para mim, ter declarado que a psicologia social é uma ciência jovem foi uma espécie de recusa - uma forma de implorar aos meus alunos que não esperassem muito de nós. Especificamente, foi minha maneira de esquivar-me da responsabilidade e evitar os riscos inerentes, aplicando nossas descobertas aos problemas do mundo em que vivemos. Nesse sentido, afirmar que a psicologia social é uma ciência jovem era o mesmo que confessar que nós pode não estar pronto para dizer nada importante, útil ou relevante para a vida de meus alunos.

Mas, depois de refletir um pouco sobre essa afirmação, percebi que não era apenas covarde, mas também enganosa; na verdade, eu realmente não acreditava que a psicologia social fosse irrelevante para nossas vidas. Eu não acreditei em 1970 e certamente não acredito agora. Então, quando tive a oportunidade maravilhosa de tirar uma folga, estava determinado a esclarecer as coisas. O objetivo deste livro foi e ainda é esclarecer a relevância que a pesquisa psicossocial pode ter para nos ajudar a compreender e talvez começar a resolver alguns dos problemas mais importantes que afligem a sociedade contemporânea.

A maioria dos dados discutidos neste volume são baseados em experimentos; a maioria das ilustrações e exemplos, entretanto, são derivados de problemas sociais atuais - incluindo preconceito, propaganda, guerra, alienação, agressão, inquietação e convulsão política. Essa dualidade reflete dois de meus próprios preconceitos - preconceitos que prezo. A primeira é que o método experimental é a melhor maneira de entender um fenômeno complexo. É um truísmo da ciência que a única maneira de realmente conhecer o mundo é reconstruí-lo. Ou seja, para entender verdadeiramente o que causa o quê, devemos fazer mais do que simplesmente observar; em vez disso, devemos ser responsáveis por produzir o primeiro "o quê", para que possamos ter certeza de que realmente causou o segundo "o quê". Meu segundo viés é que a única maneira de ter certeza de que as relações causais descobertas nos experimentos são válidas é trazê-las do laboratório para o mundo real. Assim, como cientista, gosto de trabalhar em laboratório; como cidadão, porém, gosto de ter janelas pelas quais posso ver o mundo. O Windows, é claro, funciona nas duas direções; frequentemente derivamos hipóteses da vida cotidiana. Podemos testar melhor essas hipóteses nas condições estéreis do laboratório. Ao mesmo tempo, para evitar que nossas ideias se tornem estéreis, devemos

levar nossas descobertas laboratoriais de volta pela janela para ver se elas se sustentam no mundo real.

Então, foi assim que passei o ano fazendo tudo o que queria fazer: escrevi este livro. Desde o início, tem sido um livro pessoal, no sentido de que contém muitas das minhas próprias ideias sobre o que é mais importante em nosso campo. Esta decisão tornou imprescindível escrever na primeira pessoa do singular, descrevendo, de forma íntima, o que descobri e o que acredito ser o estado da nossa ciência. (Ao contrário de qualquer livro da época, em *The Social Animal* a palavrinha “eu” aparece repetidamente.) Para minha alegria, logo ficou claro que os alunos gostavam de lê-lo. Eles gostaram particularmente do toque pessoal, bem como de sua aplicação em suas vidas. *O Animal Social* se tornou um dos textos mais populares e duradouros da área. Como consequência, meu trabalho não foi concluído - nem de longe. Para acompanhar as pesquisas na área e as mudanças dramáticas no mundo, achei necessário revisar e atualizar o livro a cada quatro anos.

Quando coloquei a caneta no papel pela primeira vez (literalmente!) Em 1970, eu era um jovem promissor, com cerca de 38 anos. Enquanto eu conto essa história, no verão de 2017, eu magicamente evoluí para um velhote grisalho (você pode fazer as contas). Agora devo admitir que estou muito velho para revisar o livro sozinho. Felizmente, encontrei o co-autor perfeito para esta décima segunda edição. Seu nome é Joshua Aronson, um psicólogo social brilhante e experiente, que fez pesquisas impressionantes tanto no laboratório quanto na confusão do mundo real. Ele também é meu filho. Desnecessário dizer que Joshua tem suas próprias ideias sobre psicologia social - e é assim que deve ser. Suas contribuições são muitas e variadas. Eles adicionaram um brilho especial a esta edição; assim como o trabalho de Carol Tavris, minha colaboradora de longa data, que atuou como editora de desenvolvimento desta edição e, com seu toque delicado de costume, mesclou perfeitamente meu trabalho com o de Joshua. Ela também não tão delicadamente pressionou e incitou-nos a cumprir nossos prazos.

E então, o que há de diferente nesta edição? Joshua e eu reexaminamos cada capítulo novamente, removendo algumas das pesquisas e teorias que eram "quentes" anos atrás, mas não resistiram ao teste do tempo e da replicação; reorganizamos e simplificamos cada capítulo para manter a narrativa clara à medida que integramos o novo material. Estudos recentes que informam nossa compreensão dos eventos contemporâneos substituíram os datados - por exemplo, como a tomada de decisões foi influenciada para melhor e para pior pela internet, como o surgimento de bolhas de informação e fontes de mídia auto-confirmadas moldam as crenças polarizadas de nossa nação e comportamento, o lado negativo emocional das constantes comparações sociais geradas no Facebook, e a ascensão de grupos terroristas como o ISIS. No entanto, sinto fortemente que trazer um livro “atualizado” não significa remover as histórias icônicas dos erros de nosso governo no Vietnã e no Iraque, e das tragédias em Jonestown, Columbine e Heaven's Gate. As datas desses eventos são antigas, mas as lições psicossociais a serem aprendidas com eles não são datadas. Quero que os alunos entendam que o que aconteceu *então* se aplica com a mesma força ao que está acontecendo *agora* .

Elliot Aronson / Outubro de 2017

Agradecimentos

Este livro está agora em sua décima segunda edição. Na primeira edição, comoveu-me ao reconhecer o meu agradecimento ao meu amigo e mentor, Leon Festinger. Nem é preciso dizer que ainda sinto gratidão e carinho por aquele homem bom e grande. No mínimo, esses sentimentos se intensificaram ao longo dos anos. Eu adorei ser sua aluna - e acho que nunca vou deixar de ser sua aluna. Em 1989, Leon morreu, marcando o fim de uma importante era na psicologia social. Ele faz muita falta, não apenas por aqueles de nós que o conheciam e o amavam, mas também por qualquer um que foi influenciado por suas pesquisas e teorias; isso incluiria qualquer pessoa que já tenha estudado psicologia social.

À medida que este livro e eu envelhecemos, tornei-me cada vez mais consciente de minha dívida para com meus próprios alunos. A cada quatro anos, quando começo a revisar o livro, fico surpreso ao perceber que essas não são simplesmente minhas próprias ideias - são, sim, ideias que desenvolvi em colaboração com meus alunos. Nas últimas cinco décadas, fui abençoado com muitos alunos excelentes, desde meus primeiros assistentes de pesquisa em 1960 (Merrill Carlsmith, Tony Greenwald e John M. Darley) aos meus alunos na Universidade da Califórnia, Santa Cruz. Todos eles me ensinaram muito e é um prazer reconhecer minha dívida para com todos eles. Também gostei de conversar e roubar ideias de alguns colegas extraordinariamente talentosos. Dois deles em particular, Anthony Pratkanis e Carol Tavris, contribuíram muito para o aprimoramento e atualização contínuos deste livro. É um prazer reconhecer sua generosidade.

Por esta edição, gostaria de agradecer particularmente a Christine Cardone, nossa Editora Executiva, por seu comprometimento caloroso, entusiástico e incansável com o livro, sua paciência e eficiência. Também gostaria de agradecer a Brad Bushman, Donal Carlston, Eli Finkel, Jack Dovidio e Matthew McGlone, que generosamente revisaram os capítulos e deram sugestões sábias sobre como melhorá-los.

Joshua agradece a Carol Tavris pela edição especializada e inspiração constante, e a Stacey, Eliana e Leo Aronson por seu amor, apoio e paciência. Também somos gratos a Jeff e Spencer Tweedy. Os seguintes alunos e assistentes de pesquisa deram contribuições valiosas e nossos sinceros agradecimentos: Joshua Adler, Paige Alenick, Rotem Blatt, Christina Crosby, Rayna Epstein, Madison Katz, Jessica Mar, Kaya Mendelsohn, Scott Mengebier, Ashley Panookin, Ella Quinlan, Angela Spears , Zachary Williams e Kathy Yu.

Além disso, gostaríamos de agradecer a William Dragon por seu trabalho nos recursos do instrutor e aos professores que revisaram a décima primeira edição e forneceram feedback para esta revisão: Kristin J. Anderson (Universidade de Houston — Downtown), Fred Bryant (Loyola University —Chicago), Brad J. Bushman (The Ohio State University e VU University — Amsterdam), Donal E. Carlston (Purdue University), John F. Dovidio (Yale University) William Dragon (Cornell College), Eli Finkel (Northwestern University) , Judy Ho (Pepperdine University), Alison E. Kelly (University of North Dakota), Matthew McGlone (University of Texas em Austin), Anjali Mishra (Northern Arizona University),

Brandy Moore (Texas A&M University - Texarkana), Marcus D. Patterson (Universidade de Massachusetts em Boston) e Michael J. Tagler (Ball State University).

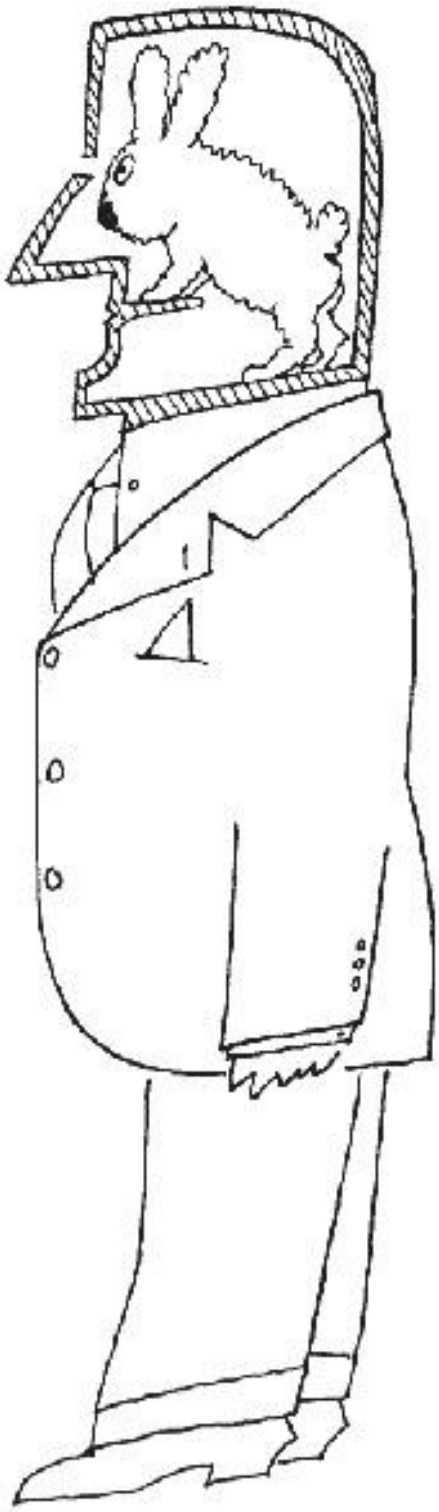
O animal social

O homem é por natureza um animal social; um indivíduo que é anti-social naturalmente e não acidentalmente está abaixo de nossa atenção ou mais do que humano. A sociedade é algo na natureza que precede o indivíduo. Qualquer pessoa que não pode levar uma vida comum ou é tão auto-suficiente que não precisa e, portanto, não participa da sociedade, é uma besta ou um deus.

Aristóteles

Política , c. 328 AC

1 **O que é psicologia social?**



Saul Steinberg, *desenho sem título* , tinta sobre papel.

Originalmente publicado na *The New Yorker* , 1º de novembro de 1958.

Pelo que eu sei, Aristóteles foi o primeiro pensador sério a chamar nossa espécie de "o animal social". Claro que ele estava certo, mas o que isso significa? Uma série de outras criaturas são “sociais”, de formigas e abelhas a macacos e macacos. O que é único no animal social humano? E o que é único no campo da psicologia social, que estuda nossa espécie intrigante, criativa e irritante?

Fui psicólogo social durante toda a minha vida profissional - e antes de entrar neste campo ou mesmo saber o que era, era um psicólogo social amador, ansioso por compreender os mistérios do comportamento humano. Como um menino judeu que cresceu na década de 1940 na cidade operária de Revere, Massachusetts, eu me perguntava por que alguns garotos católicos me insultavam com slogans anti-semitas e ocasionalmente me agrediavam. Meu filho Joshua, que teve dificuldades na escola primária na década de 1960, se perguntou por que algumas crianças prosperam na sala de aula e outras são sufocadas por sua competitividade e arregimentação. Essas primeiras experiências, que nos causaram grande dor, são também o que nos atraiu para o campo empolgante que você vai estudar neste livro: um campo que oferece uma compreensão científica da vida social humana e, mais importante, maneiras de melhorá-la .

Existem muitas definições de psicologia social, mas antes de chegar a uma que prefiro, deixe-me oferecer alguns exemplos concretos do animal social humano em ação:

Um estudante universitário chamado Sam e quatro de seus conhecidos estão assistindo a um discurso de um candidato ao Senado pela televisão. Sam está favoravelmente impressionado; ele gosta mais da candidata do que do candidato adversário porque a acha sincera. Após o discurso, uma das outras alunas afirma que foi afastada pela candidata e a considerou uma hipócrita. Todos os outros concordam rapidamente com este aluno. Sam se sente confuso e um pouco angustiado. Por fim, ele murmura para seus conhecidos: “Acho que ela não foi tão sincera quanto eu esperava”.

Uma menina de 10 anos de idade consome avidamente duas tigelas de Wheaties todas as manhãs porque Michael Phelps, o campeão olímpico de natação, está retratado na caixa, o que implica que ele deve sua habilidade atlética, em parte, a comer aquela marca de cereal.

Um lojista que viveu toda a sua vida em uma pequena cidade em Montana nunca teve nenhum contato com muçulmanos reais e vivos, mas ele "sabe" que eles não são americanos, são desleais e provavelmente são terroristas.

Charlie, um aluno do último ano do ensino médio, mudou-se recentemente para uma nova cidade. Ele costumava ser popular, mas não é mais. Embora as crianças na escola sejam civilizadas, elas não foram particularmente amigáveis. Ele se sente solitário, inseguro e pouco atraente. Um dia, durante a hora do almoço, ele se viu em uma mesa com duas colegas de classe. Um é caloroso, inteligente e vivaz; ele sonha acordado com ela há semanas, ansiando por uma oportunidade de falar com ela. A outra jovem não é tão atraente. Charlie ignora a mulher vivaz de seus sonhos e começa uma conversa séria com seu companheiro.

Em 4 de dezembro de 2016, Edgar Welch, um homem de 28 anos da Carolina do Norte, entrou na Comet Ping Pong, uma pizzaria de grande sucesso em Washington, DC, e disparou três tiros com um rifle. Ninguém ficou ferido. Welch disse à polícia que leu online que o restaurante estava abrigando crianças escravas sexuais e que ele queria ver por si mesmo se elas estavam lá. Ele se rendeu depois de não encontrar evidências de sua crença, que havia sido gerada por uma teoria da conspiração que se tornou viral durante a temporada de eleições presidenciais. Uma conta de supremacia branca no Twitter

alegou que a polícia da cidade de Nova York havia descoberto uma rede de pedofilia ligada a membros do Partido Democrata e que, de alguma forma, o cometa Ping Pong estava no centro disso. A história foi amplamente divulgada por sites de notícias falsas. Welch disse mais tarde que se arrependeu do que fez, mas continuou a acreditar na teoria da conspiração.

Kaya foi convidada na segunda série a nomear sua matéria favorita. “Matemática”, ela escreveu no questionário. Um ano depois, sua turma da terceira série recebeu um exercício semelhante. Desta vez, o questionário perguntava: “Qual é a sua matéria *menos* favorita?” Ela escreveu: “Matemática”. Em um ano, Kaya passou de uma estudante de matemática confiante e animada para alguém que a temia.

Em 20 de abril de 1999, os corredores de uma brilhante escola secundária suburbana em Littleton, Colorado, reverberaram com o som de tiros. Dois alunos da Escola Secundária de Columbine, armados com armas de assalto e explosivos, fizeram um alvoroço, matando um professor e vários de seus colegas. Eles então viraram suas armas contra si mesmos. Depois que a fumaça se dissipou, quinze pessoas morreram (incluindo os atiradores) e vinte e três foram hospitalizadas, muitas com ferimentos graves. Nos quase vinte anos desde o massacre da Escola Secundária de Columbine, centenas de adolescentes americanos cometeram fuzilamentos em massa igualmente horríveis em escolas. O que antes era impensável tornou-se lugar-comum.

Steve, um veterano da faculdade, é um motorista cauteloso, até mesmo conservador; ele pode ser a estrela de um vídeo sobre direção segura - quando está sozinho no carro. No entanto, sempre que dois ou três de seus amigos estão com ele, o comportamento de Steve fica mais arriscado: quando ele vê o semáforo amarelar a meio quarteirão de distância, ele costuma pisar no acelerador, esperando poder passar pelo cruzamento antes que o tráfego cruzado se mova.

Em 1939, Oskar Schindler, um ganancioso empresário alemão, juntou-se ao partido nazista e começou a lucrar com a destruição de judeus durante o reinado bárbaro do Terceiro Reich de Hitler. Depois de explorar o trabalho de prisioneiros judeus em Auschwitz por vários anos, Schindler mudou de idéia e começou a usar sua fábrica como uma forma de salvar da morte mais de mil judeus. Ao fazer isso, ele arriscou sua vida e gastou toda sua riqueza para salvar outras pessoas, uma história contada no livro e filme vencedor do Oscar, *A Lista de Schindler.* Saindo do cinema depois de assistir a este filme, meu filho Joshua foi abordado por um mendigo pedindo alguns trocados. Ao contrário de seu hábito de ignorar as pessoas em busca de esmolas, Joshua, ainda um estudante com dificuldades financeiras, enfiou a mão no bolso, tirou todas as notas e, sem contá-las ou examiná-las, deu-as ao pedinte.

Douglas McCain cresceu em Minnesota, jogou basquete no colégio e queria ser rapper. Amigos lembram delecomo um "idiota", um "cara muito legal" e uma "boa pessoa". Por isso, eles ficaram chocados quando, aos 33 anos, McCain se juntou ao ISIS, o grupo terrorista militante, e morreu no Oriente Médio, travando uma guerra contra seu próprio país. Milhares de outros rapazes e moças aparentemente comuns de países ocidentais também deixaram suas casas para lutar e morrer na Síria e no Iraque como jihadistas islâmicos.

Na década de 1940, quando estava no ensino fundamental, tive um grande amigo afro-americano chamado George Woods. Na época, George se referia a si mesmo como um “garoto de cor” e me confidenciou que ele, como muitas crianças negras na época, se sentia inferior aos seus amigos brancos.[1] Ele tinha muitos motivos para esse sentimento, a começar pelas experiências diretas de preconceito que a comunidade branca dominante infligia a ele. Mas os sentimentos de inferioridade de George também vieram de fontes indiretas, como a representação de adultos afro-americanos no rádio e na televisão como crianças ingênuas - preguiçosas, analfabetas, mas bastante engraçadas. Se os filmes tinham atores negros, eles eram retratados apenas como um “homem de cor” estereotipado, geralmente um motorista ou trabalhador braçal, que muitas vezes era alvo de piadas feias. Imagine o que George sentiu ao assistir a esses filmes racistas na companhia de seus amigos brancos. Ele nunca me disse como se sentia, no entanto.

As coisas mudam. Os netos de George Wood, crescendo no século vinte e um, vivem em um mundo diferente do que ele. Ele nunca teria imaginado que um dia atores negros seriam escalados para papéis sérios e ganhariam o Oscar; que a segregação e a discriminação seriam ilegais; ou que os negros poderiam entrar em todas as profissões, incluindo a presidência dos Estados Unidos. No entanto, não devemos ser complacentes na crença de que as mudanças se movem em uma direção linear e humanística. Os netos de George Wood podem não enfrentar o mesmo grau e sabor de fanatismo sofrido por seu avô, mas o preconceito racial continua. A maioria dos afro-americanos conhece a experiência de “fazer compras enquanto negros”, o que significa ser seguido por vendedores que questionam seu crédito, suspeitam que vão roubar algo ou até mesmo negar serviço. Os jovens negros, em particular, continuam a ser vítimas de "dirigir enquanto negro" - sendo parados por motivos triviais ou mesmo sem motivo - e "caminhando enquanto negro", como quando Trayvon Martin, de dezesseis anos, foi perseguido e morto por um bairro assistir capitãochamado George Zimmerman.[2] Quando Zimmerman notou um adolescente preto alto vestindo um moletom, ele viu um criminoso possivelmente armado e perigoso, não o que Trayvon realmente era: um estudante normal do ensino médio voltando de uma loja de conveniência para casa com um chá gelado e um saco de Skittles.

Definindo a psicologia social

Todos os exemplos ilustram situações psicológicas sociais. Por mais diversos que pareçam ser, eles contêm um fator comum: *a influência social.*

A opinião dos amigos de Sam sobre os méritos do candidato ao senador influenciou o julgamento de Sam (ou pelo menos sua declaração pública a respeito desse julgamento). A influência do campeão olímpico em nossa jovem comedora de trigo foi intencionalmente projetada para fazê-la convencer seus pais a comprar trigo. O lojista de Montana não nasceu com um estereótipo nada lisonjeiro de muçulmanos em sua cabeça; alguém, de alguma forma, colocou lá. A direção mais arriscada de Steve certamente foi influenciada pela presença de seus amigos, mas como? A transformação de Kaya de amante da matemática em odiadora da matemática não é incomum, especialmente para as meninas na América, onde a matemática é tradicionalmente vista como um talento dotado e uma "coisa de menino". O fato de Charlie ignorar a mulher dos seus sonhos tem algo a ver com o que ele sentia sobre si mesmo e sua suposição sobre qual mulher teria menos

probabilidade de rejeitá-lo. A rejeição está entre as experiências mais dolorosas para os seres humanos e pode causar todos os tipos de comportamentos autodestrutivos e destrutivos, desde comer demais até violência - como aconteceu na escola que atirou em Columbine. A presença e o exemplo de outras pessoas, pessoalmente ou em filmes como *A Lista de Schindler,* podem inspirar emoções positivas e generosidade, como quando levou meu filho normalmente frugal a dar todo o seu precioso dinheiro a um mendigo.

A psicologia social também aborda algumas das questões mais perturbadoras que assolam a sociedade, desde o racismo e outras formas de preconceito até o sucesso de grupos terroristas como o ISIS no recrutamento de jovens, muitos deles sem nenhuma ligação espiritual ou familiar com o Islã. Que forças os persuadem a deixar suas casas e famílias e se tornarem homens-bomba? As respostas envolvem idade, dinâmica de personalidade, identidade social, táticas de persuasão e outros fatores poderosos que você iráaprenda sobre o desenrolar deste livro. Você verá que o ISIS tira proveito de muitas das mesmas estratégias de influência usadas por grandes treinadores para criar equipes esportivas vencedoras e por diretores de escolas primárias de sucesso para elevar o desempenho de seus alunos. Compreender as motivações sociais das pessoas pode ser usado para o bem, para o mal, para ganhar competições de reality shows - para qualquer coisa em que a influência social seja importante, o que é quase tudo.

Nossa definição de **psicologia social** , portanto, é o estudo científico da influência da presença real, imaginada ou implícita de outras pessoas sobre nossos pensamentos, emoções, crenças e comportamento - e de como influenciamos os outros.

Psicologia Social:

o estudo científico das maneiras pelas quais os pensamentos, sentimentos e comportamentos das pessoas são influenciados pela presença real ou implícita de outras pessoas

Como somos influenciados? Por que aceitamos a influência ou, dito de outra forma, o que isso traz para nós? Quais são os motivos sociais que nos tornam suscetíveis ao que os outros pensam, dizem e fazem? Que fatores aumentam ou diminuem a eficácia da influência social? Quais aumentam ou diminuem a permanência dos efeitos da influência social? Os mesmos princípios podem ser aplicados igualmente à nossa opinião de um candidato a senador quanto às disciplinas escolares que as crianças preferem? Como uma pessoa passa a gostar de outra? É por meio desses mesmos processos que escolhemos o trigo em vez da granola? Como uma pessoa desenvolve preconceitos contra um grupo étnico, religioso ou racial? O preconceito é semelhante a gostar, mas ao contrário, ou envolve um conjunto inteiramente diferente de processos psicológicos?

Muitas pessoas estão interessadas em questões como essas. Porque todos nós passamos uma boa parte do nosso tempo interagindo com outras pessoas - sendo influenciados por elas; influenciando-os; ficar encantado, divertido, entristecido, enojado, frustrado e irritado com eles - é da nossa natureza desenvolver hipóteses sobre por que as pessoas fazem o que fazem. Nesse sentido, todo mundo é um psicólogo social amador. Embora a maioria dos amadores testem essas hipóteses para sua própria satisfação à medida que interagem com outras pessoas, esses “testes” casuais carecem do rigor e da imparcialidade de uma investigação científica cuidadosa.

Certamente, às vezes os resultados da pesquisa científica correspondem ao que a maioria das pessoas já acredita ser verdade. Isso não é notável; a sabedoria convencional é geralmente derivada de observações perspicazes que resistiram ao teste do tempo. Mas às vezes essa sabedoria convencional nos leva ao erro. Na verdade, quando você está lendo os resultados da pesquisa discutida neste volume, você podeocasionalmente, você se pega pensando: “Isso é óbvio - por que eles gastaram tempo e dinheiro para 'descobrir' aquele? Minha avó poderia ter me dito isso. ” Talvez ela pudesse, mas também é provável que você esteja agindo com base no **viés retrospectivo** , que se refere à nossa tendência de superestimar nossos poderes de previsão, uma vez que sabemos o resultado de um determinado evento. É exatamente por isso que é tão fácil ser um zagueiro nas manhãs de segunda-feira e por que dizemos "Retrospectiva é vinte e vinte". Numerosos estudos demonstraram esse viés, desde a previsão dos resultados das eleições (“Eu sempre soube que ele iria ganhar, mesmo que as pesquisas não o dissessem”) até a previsão de como um determinado experimento de psicologia social seria (“Oh, por favor , era óbvio que os participantes obedeceriam a essas instruções cruéis ”). Na verdade, as descobertas psicológicas sociais parecem muito mais óbvias para os estudantes universitários que ouviram o que aconteceu em um estudo do que para os alunos que devem *prever* o que acontecerá.[3] Tudo fica mais claro em retrospectiva.

viés retrospectivo:

nossa tendência (geralmente errônea) de superestimar nossos poderes de previsão, uma vez que sabemos o resultado de um determinado evento

Os psicólogos sociais conduzem pesquisas porque muitas das coisas que pensamos que sabemos serem verdadeiras tornam-se falsas, ou mais matizadas do que pensávamos originalmente, quando submetidas à investigação. Por exemplo, parece razoável que as pessoas que são ameaçadas de punição por fazer algo proibido, ilegal, autodestrutivo ou engorda possam eventualmente parar e, quanto mais severa a punição, maior será a probabilidade de obedecê-la. Afinal, eles agora associariam a atividade com medo ou dor. Mas, quando testado empiricamente, essa suposição acaba se revelando totalmente errada. São aqueles que são ameaçados com punições *leves* que desenvolvem antipatia pela atividade proibida; pessoas que são severamente ameaçadas, se alguma coisa, são ainda mais atraídas para a atividade proibida. Da mesma forma, a maioria de nós, por experiência própria, suporia que, se ouvíssemos alguém dizendo coisas boas sobre nós (pelas nossas costas), tenderíamos a gostar dessa pessoa - todas as outras coisas sendo iguais. Isso acabou sendo verdade. Mas o que é igualmente verdade é que tendemos a gostar dessa pessoa ainda mais se alguns dos comentários que ouvimos forem tudo menos agradáveis. Explicaremos mais sobre esses fenômenos em capítulos posteriores.

No objetivo de compreender o animal social, os psicólogos sociais profissionais têm uma vantagem sobre a maioria dos psicólogos sociais amadores. Embora, como os amadores, geralmente comecemos com uma observação, não paramos por aí. Não precisamos esperar que as coisas aconteçam para poder observar como as pessoas reagem; nóspode fazer as coisas acontecerem. Podemos conduzir um experimento no qual submetemos dezenas de pessoas a eventos específicos (por exemplo, uma ameaça grave ou uma ameaça leve; ouvir coisas boas ou uma combinação de coisas boas e

desagradáveis). Além disso, podemos fazer isso em situações em que tudo pode ser mantido constante, exceto os fatores particulares que estão sendo investigados. Podemos então tirar conclusões com base em dados mais precisos e numerosos do que aqueles disponíveis para o amador, que deve depender da observação de eventos que ocorrem aleatoriamente e em circunstâncias em que muitas coisas acontecem ao mesmo tempo.

Quase todos os dados apresentados neste livro são baseados em evidências experimentais. É por isso que queremos que você entenda o que constitui um experimento em psicologia social, junto com as vantagens, desvantagens, problemas éticos, excitações, dores de cabeça e dores de cabeça que estão associados à aventura da pesquisa. O capítulo final deste livro, “Psicologia Social como Ciência”, dará a você esse entendimento. Você pode lê-lo primeiro, ou por último, ou em qualquer ponto de sua jornada pelo livro - sempre que seu interesse em como os psicólogos sociais fazem seu trabalho for despertado.

Pessoas que fazem coisas malucas não são necessariamente malucas

Os psicólogos sociais examinam a maneira como as pessoas entendem e se comportam em situações sociais. Ocasionalmente, essas situações criam pressões que podem fazer com que as pessoas se comportem de maneiras que você classificaria como anormais ou até mesmo malucas. Quando digo “pessoas”, quero dizer um grande número de pessoas. Em minha opinião, esses rótulos costumam ser apenas xingamentos; eles fazem pouco para aumentar nossa compreensão do comportamento humano. É muito mais útil tentar compreender a natureza da situação, os processos frequentemente complexos que operam para produzir o comportamento que observamos. Isso me leva à primeira lei de Aronson:

Pessoas que fazem coisas malucas não são necessariamente malucas.

Tomemos, como ilustração, o homem que entrou no Cometa Ping Pong com um rifle, pretendendo, como ele disse, “autoinvestigar” a presença de crianças sequestradas. Ele estava louco? Se ele realmente queria a verdade, por que não aceitar as investigações da políciadepartamentos, FBI e outras fontes confiáveis que desmascararam completamente as alegações? Se ele estava louco, também o eram os milhares de outros que acreditaram na conspiração, muitos dos quais enviaram o Comet Ping Pong e outros restaurantes que eles pensaram fazer parte do "ringue" de ameaças cruéis, assediando proprietários e clientes. O proprietário do Cometa Ping Pong disse ao *New York Times* que “por causa dessa teoria da conspiração maluca e fabricada, temos sofrido ataques constantes. Não faço nada há dias, exceto tentar limpar isso e proteger minha equipe e amigos de serem aterrorizados. ” O que leva as pessoas a acreditarem em teorias de conspiração “insanas” - e por que elas se apegam a essa crença apesar de evidências sólidas em contrário? Posteriormente neste livro, examinaremos os processos que produzem essas atitudes e a tendência de se apegar a elas, aconteça o que acontecer. Também veremos como podemos neutralizá-los.

Uma descoberta central da psicologia social é que as pessoas tendem a explicar o comportamento desagradável atribuindo traços de personalidade ao perpetrador, como

"psicótico", "sádico" ou "mau". A maioria das pessoas - particularmente aquelas de nós de culturas ocidentais - fazem isso espontaneamente, sem intenção ou percepção consciente, como uma forma de organizar e categorizar informações e satisfazer a necessidade de sentir-se no controle dos eventos. Esta visão *disposicional* das ações humanas se refere às suposições de que as pessoas que fazem coisas loucas têm uma tendência de personalidade para serem loucas, pessoas que fazem coisas estúpidas devem ser estúpidas, apenas pessoas más fazem coisas más, pessoas que fazem coisas boas são boas, e assim sobre. É atraente pensar assim porque nos ajuda a separar mentalmente as pessoas más que fazem coisas más do resto de nós, "pessoas boas". Essa crença pode consolar-nos quando pensamos sobre o comportamento desagradável, porque, como boas pessoas, *que* nunca faria uma coisa dessas.

No entanto, essa suposição costuma ser um erro, uma simplificação exagerada, e pagamos um preço por isso, como você verá no Capítulo 2 . O disposicionalismo pode nos deixar presunçosos sobre nossa própria invulnerabilidade a pressões que podem *nos* induzir a *nos* comportar de maneira estúpida, louca ou cruel. Ele muda o foco de melhorar as situações para uma abordagem restrita para consertar as pessoas: um gerente está preocupado com os funcionários que roubam? Vamos dar a todos um teste de personalidade para tentar diagnosticar quem roubará no futuro, e não importa se nossos funcionários estão roubando porque se sentem sobrecarregados, ressentidos e mal pagos. Estamos preocupados com os alunos que podem se tornar violentos? Vamos dar a todos umteste de personalidade e tente prever qual das crianças infelizes ou intimidadas que identificamos *pode* irromper um dia, e não vamos fazer perguntas sobre o mundo em que essas crianças lutam todos os dias.

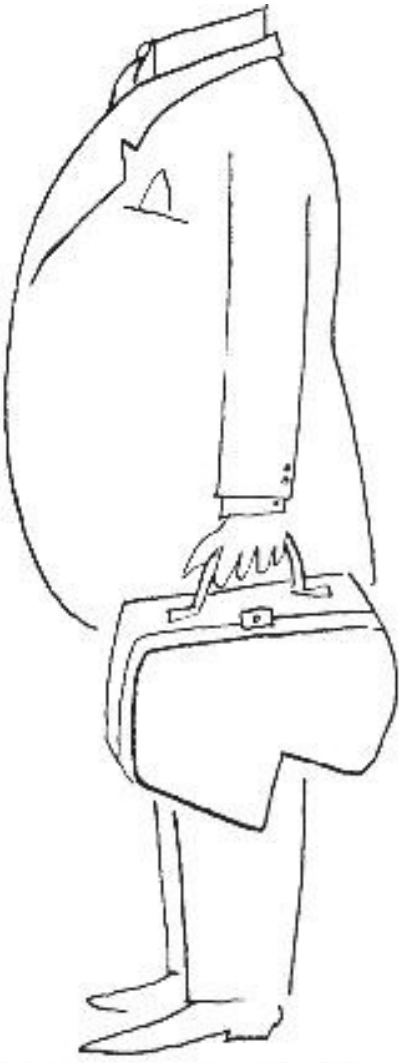
Claro, não estou dizendo que a psicose não existe. Alguns traços de personalidade e doenças mentais afetam o comportamento das pessoas. Nem estou dizendo que todas as pessoas são iguais e respondem exatamente da mesma forma louca às mesmas pressões sociais. O que *estou* dizendo é que algumas situações podem fazer com que uma proporção surpreendentemente grande de nós, adultos “normais”, se comportem de maneiras inesperadas, pouco apetitosas e às vezes *anormais* . É de suma importância entender o que está acontecendo nessas situações que podem produzir um comportamento desagradável ou destrutivo.

Uma ilustração pode ser útil. Que tipo de pessoa mata seu próprio filho? Louco? Desesperado? Mal? Certamente deve haver algo psicologicamente errado com o cérebro ou o caráter de tal pessoa. Em 1977, o reverendo Jim Jones, um líder carismático do Templo do Povo em São Francisco, convenceu seus seguidores a desenraizar suas vidas e se mudar para a Guiana na América do Sul para estabelecer um paraíso humanístico - uma comunidade utópica onde pessoas de diferentes origens raciais pudessem viver em harmonia. Quando, em 1978, a existência do grupo foi ameaçada por uma investigação parlamentar, Jones decidiu encerrar a crise pedindo ao grupo que realizasse um “ato revolucionário”: matar seus filhos e depois a si próprios. Toneladas de veneno foram preparadas e, em meio a gritos esparsos de protesto ou atos de resistência, mães e pais administraram a mistura fatal em seus bebês e crianças, beberam eles próprios e deitaram para morrer.

Quando uma pessoa mata seu próprio filho, é razoável perguntar se ela tem doenças mentais. Quando 613 pais assassinam seus filhos em um lugar, somos forçados a olhar além das condições mentais e traços de personalidade e considerar a natureza da situação que os levou a fazer isso. Claro, poderíamos chamá-los de loucos e nos sentir complacentes porque nunca faríamos o que eles fizeram. No entanto, antes de essas pessoas se mudarem para a Guiana, nenhum de seus vizinhos, amigos ou parentes teria pensado neles como outra coisa senão como pessoas comuns e sensatas que pertenciam a uma comunidade religiosa solidária e unida. O “massacre de Jonestown”, como ficou conhecido, é um lembrete do papel muitas vezes poderoso, embora frequentemente oculto, da influência social em determinar o que os seres humanos pensam, sentem e fazem.

Ajudar-nos a apreciar essa *visão situacional* mais complexa do comportamento humano - as muitas maneiras pelas quais o contexto social influencia o que fazemos - é *a* contribuição central da psicologia social, cujo valor, espero, se tornará evidente nas páginas que se seguem.

2 **Cognição Social**



© The Saul Steinberg Foundation / Artists Rights Society (ARS), New York

Saul Steinberg, *desenho sem título* , tinta sobre papel.

Originalmente publicado na *The New Yorker* , 29 de agosto de 1953.

Durante a Idade Média, não era incomum que pedestres europeus fossem atingidos por dejetos humanos enquanto caminhavam pela rua. Os moradores da cidade da época ocasionalmente esvaziavam seus penicos - recipientes cheios de urina e excremento - jogando o conteúdo pela janela para a rua abaixo. O esgoto ficaria ali, gerando pestes e doenças, até que os limpadores de rua o arrastassem, geralmente para uso como fertilizante. Para a mente moderna, esse sistema parece bruto e sem sentido, especialmente quando você aprende que civilizações anteriores, como os gregos, romanos e os maias, desenvolveram sistemas muito melhores - com encanamento interno e até mesmo vasos sanitários com descarga.

Por que trocar o encanamento interno por um penico? Naquela época, as pessoas estavam convencidas de muitas coisas que simplesmente não eram verdadeiras: que a nudez era pecaminosa, que um corpo despido deixava a pessoa vulnerável ao ataque de espíritos malignos e que os espíritos malignos adoeciam as pessoas.[1] O banho diário, que ficou famoso pelos romanos em seus belos banhos públicos, foi desencorajado e substituído pela lavagem das mãos, rosto e outras partes do corpo visíveis ao público. Essas superstições tiveram dois efeitos notáveis. Primeiro, quase tudo e todos cheiravam horrivelmente. Como um escritor descreveu: “O camponês fedia como o padre, o aprendiz como a esposa de seu mestre; toda a aristocracia fedia, até o próprio rei fedia, fedia como um leão rançoso e a rainha como uma cabra velha, verão e inverno. ”[2] Em segundo lugar, os banheiros internos acabaram ficando em mau estado e os cidadãos perderam as habilidades necessárias para manter o encanamento. Então, os sistemas primitivos de esgoto e a câmaraas panelas foram, por um tempo, a melhor solução para um problema autoinfligido. Levaria várias centenas de anos para que a teoria da doença do “espírito” cedesse à ciência, que identificou os micróbios como os culpados invisíveis que tornam as pessoas doentes.

Meu objetivo aqui não é explorar o funcionamento interno da mente medieval, nem descrever os avanços modernos em saúde e higiene. Em vez disso, conto essa história para levantar uma questão mais ampla: até que ponto nós, modernos, nos comportamos como os usuários de penicos há séculos? Cada geração pode olhar para trás, para a tolice de seus antepassados e encontrar muitos motivos para se sentir presunçosa. Na era vitoriana, os mesmos médicos que teriam rido ao pensar nas pessoas com medo de tomar banho e fantasmas acreditavam nas bobagens de sua própria época. As revistas médicas advertiam que as mulheres (mas não os homens) que liam romances corriam o risco de ficar doentes, inférteis e até mesmo loucas![3]

Nós, seres humanos, gostamos de nos ver como animais racionais. (Afinal de contas, nós nos chamamos presunçosamente de *homo sapiens* : Humanos, os Sábios.) Mas somos capazes de nos apegar a muitas crenças insensatas - e sofremos por isso. Milhões de pessoas ainda se recusam a acreditar nas evidências científicas esmagadoras de que os seres humanos estão causando o aquecimento global e mudanças climáticas massivas. “É uma farsa perpetrada pelos chineses”, dizem alguns, ou “Claro, a Terra está esquentando, mas não por causa de qualquer coisa que as pessoas façam”. Como resultado, as geleiras continuaram derretendo, o nível do mar continuou a subir, as

tempestades se tornaram mais frequentes, as doenças transmitidas por insetos estão proliferando e milhares de pessoas morrem a cada ano devido a essas mudanças. Nos Estados Unidos, milhares de pessoas ainda negam a esmagadora evidência científica de que as vacinas para crianças não causam autismo, e muitos pais se recusam a vacinar seus filhos pequenos. Como resultado, as taxas de mortalidade por sarampo e tosse convulsa aumentaram entre as populações não vacinadas; antes consideradas erradicadas, essas doenças mortais estão voltando.

Uma área importante dentro da psicologia social é **a cognição social** , o estudo de como as pessoas passam a acreditar no que fazem; como eles explicam, lembram, prevêem, tomam decisões e avaliam a si próprios e aos outros; e por que esses processos produzem erros com tanta frequência. Embora os humanos possam legitimamente alegar ser a espécie mais adaptativa, inteligente e bem-sucedida do planeta, somos irritantemente propensos a mal-entendidos, conflitos, erros e os tipos de preconceitosisso nos deu o penico há muito tempo e a negação da ciência do clima e das vacinas hoje.

cognição social:

o estudo de como as pessoas pensam sobre o mundo social e tomam decisões sobre eventos socialmente relevantes

Este capítulo contará a história de nossos “cérebros sociais” que, ao longo de eras de evolução, criaram um grande paradoxo e dilema da vida humana. A evolução nos dotou de cérebros que se adaptaram bem à vida em pequenos grupos de caçadores-coletores, fornecendo-nos atalhos cognitivos eficientes, preconceitos que tornavam a vida mais fácil e segura e disposições para cooperar e cuidar uns dos outros. No entanto, ao examinarmos o planeta complexo, interconectado e multicultural de hoje, podemos ver como esses mesmos mecanismos muitas vezes saem pela culatra, levando-nos a tomar decisões erradas, ficar presos em nossos preconceitos e lutar uns com os outros por preconceito e ódio.

Se você acha que usamos nosso raciocínio para determinar a verdade, ficará frustrado ao ver como as pessoas se tornam imunes aos fatos quando discordam de você. Na maior parte do tempo, usamos a razão, os fatos e a análise crítica não para *formar* nossas opiniões, mas para *confirmar* o que já vemos, sentimos ou acreditamos. Como disse a romancista Anaïs Nin: “Não vemos as coisas como elas são; nós os vemos como *nós* somos. ”[4] Em grande medida, como entendemos o mundo depende de uma combinação de nossas intuições, nossas personalidades e maneiras de perceber o mundo, e um conjunto de motivos sociais fundamentais.

Limitações cognitivas e sociais são construídas na maneira como nossas mentes funcionam, mas se aprendermos a reconhecê-las, podemos evitar ser escravizados por elas. Podemos começar a pensar um pouco melhor, tomar decisões mais inteligentes e organizar nossas vidas com mais inteligência. Espero que este capítulo o ajude a pensar sobre si mesmo e seus semelhantes com um pouco mais de humildade e compaixão - qualidades que nos deixarão mais perto de sermos verdadeiros *homo sapiens* .

Evolução e o cérebro tendencioso

Durante séculos, os filósofos sustentaram que a cognição humana é completamente racional: todos os indivíduos tentam fazer o melhor para estar certos, manter crenças corretas e maximizar seu prazer enquanto minimizam sua dor.

Um dos principais proponentes dessa visão foi Jeremy Bentham (1748-1832), que escreveu que as pessoas decidem o status moral de seu comportamento ou escolhas - o que é bom ou mau, certo ou errado - criando um cálculo de felicidade.[5] Digamos que estou no mercado porum carro. Ao determinar a marca e o modelo a comprar, eu somaria os prazeres que cada marca traria (design esportivo, interior confortável, motor potente) e subtrairia a dor (os pagamentos mensais que vão sobrecarregar meu orçamento, o alto custo de abastecimento frequente) ups). Eu então selecionaria o carro que me trouxesse mais prazer com o mínimo de dor. Para Bentham, era papel dos governos e dos sistemas econômicos garantir “a maior felicidade para o maior número”. Outros concordaram; A noção de Bentham tornou-se uma das idéias fundamentais do capitalismo moderno.

As pessoas comuns pensam assim? Às vezes, com certeza. Muitos de nós adotamos o conselho de Benjamin Franklin sobre como tomar decisões sábias - escrevendo seus prós e contras. No entanto, esse método requer que a pessoa tenha informações precisas e úteis e os recursos mentais para pensar racionalmente. Mas essas condições nem sempre existem na vida cotidiana. Por quê? Por duas razões.

Primeiro, ninguém tem uma visão do mundo do tipo “olho de Deus” - uma perspectiva onisciente e livre de preconceitos. Faça a compra daquele carro. Para começar, não conheço todos os fatos sobre os prós e os contras do carro e ouvi algumas histórias ruins sobre revendedores de automóveis e suas táticas. Além disso, minha visão do carro é limitada; o que sei sobre ele vem principalmente de anunciantes, que são motivados a exagerar suas características positivas, e do que aprendi na internet. Tenho pouca experiência com o carro real - um test drive de 10 minutos em vez de dirigir por muito tempo em condições climáticas perigosas. Se algo tão comum como a compra de um carro pode estar repleto de informações ausentes e enganosas, imagine a dificuldade que as pessoas têm quando se trata de tomar decisões mais monumentais, como se casar ou não (ou terminar!) Ou que tipo de trabalho escolher.

Em segundo lugar, mesmo quando os dados estão disponíveis e são confiáveis, simplesmente não tenho tempo para conduzir uma análise completa de todos os problemas que encontro. Suponha que eu vá em frente e passe 10 horas pesquisando e pesando alternativas para aquele carro. Mas, nesse ínterim, tenho uma dúzia de outras decisões a tomar: O que vou fazer no almoço? Como devo revisar minhas notas de aula? Qual candidato é melhor contratar? Minha filha realmente precisa daqueles aparelhos caros nos dentes? Não posso passar horas e horas listando os prós e os contras de cada decisão que tenho que tomar em um dia, e nem você.

É por isso que muitos de nós somos **avarentos cognitivos:** buscamos maneiras de conservar a energia cognitiva (mental) e simplificar a complexidade. Nóspegue atalhos e use regras gerais. Ignoramos algumas informações para reduzir nossa carga cognitiva; usamos demais outras informações para evitar a necessidade de pesquisar mais; ou simplesmente seguimos nossas intuições iniciais e aceitamos uma alternativa menos que perfeita porque é boa o suficiente.[6] As estratégias do avarento cognitivo podem ser

eficientes e, às vezes, nossas intuições podem levar a boas decisões. Mas, se desmarcadas, essas estratégias convidam a erros graves.

avaros cognitivos:

a ideia de que as pessoas procuram maneiras de conservar energia cognitiva; eles fazem isso tentando adotar estratégias que simplificam problemas complexos

Como o pensamento sobre o pensamento evoluiu Embora os psicólogos tenham feito um enorme progresso nas últimas décadas, ninguém ainda entende completamente como ou por que os cérebros produzem experiência consciente, ou como o cérebro dá origem a um senso de identidade. Ao descrever coisas que não entendemos totalmente, recorremos a metáforas; comparamos coisas que não entendemos com coisas que entendemos. As metáforas podem ser úteis, mas se adotadas sem crítica, também podem ser enganosas.

Sempre que as pessoas tentam explicar como a mente funciona, elas usam metáforas derivadas da tecnologia de sua época. Platão descreveu a famosa psique humana como um cocheiro conduzindo uma carruagem puxada por dois cavalos, um cavalo representando a razão, o outro o desejo. Em 1800, o cérebro foi comparado a um telégrafo e em 1900 a uma mesa telefônica. Com o advento dos computadores, os psicólogos começaram a descrever as funções da mente como sendo comparáveis a um Mac ou PC. Assim como um computador, diz-se que o cérebro humano *armazena* e *recupera* memórias; os desvios do pensamento racional são frequentemente descritos como “bugs” em um sistema operacional ou o resultado de nossa “capacidade de processamento limitada” ou uma redução na “largura de banda cognitiva” devido ao estresse.[7]

O computador fornece um vocabulário útil para descrever certas funções e limitações do cérebro, mas nosso cérebro não armazena realmente memórias ou processa informações da mesma forma que os computadores. Além disso, como os computadores não se preocupam com o futuro, temem a morte ou a rejeição, experimentam alegria, tristeza, ciúme ou qualquer outra emoção, a metáfora da mente como computador é, em última análise, um relato incompleto e insatisfatório da vida mental.

Uma metáfora de longa data acabou sendo particularmente enganosa: o retrato de John Locke (nos anos 1600) da mente como uma *tabula rasa* ou *folha em branco* . Essa metáfora retrata nossas mentes, personalidades e traços moldados inteiramente pelo aprendizado e pela experiência, da maneira como se desenha em uma folha de papel em branco. Durou porséculos, sendo entusiasticamente abraçado nos anos 1900 pelas tradições psicanalíticas e comportamentais em psicologia. Se você é tímido, nessa visão, é por causa das experiências com seus pais e as recompensas e punições que recebeu o *tornaram* tímido. John Watson, o fundador do behaviorismo, chegou ao ponto de afirmar que, com controle suficiente sobre o meio ambiente e a combinação certa de recompensas e punições, ele poderia transformar um bebê saudável selecionado aleatoriamente em praticamente qualquer coisa: um médico, advogado, mendigo ou ladrao.[8] Embora Watson tenha conseguido treinar um bebê para ficar com medo ao ver um coelho, felizmente ele nunca tentou a experiência mais longa de transformá-los em mendigos ou ladrões.

Essa visão extrema de você-pode-se-tornar-qualquer-coisa da maleabilidade humana perdura na sociedade de hoje, mas desapareceu entre os psicólogos à luz das evidências científicas sobre as predisposições genéticas. Gêmeos idênticos que são separados no nascimento e criados em famílias diferentes, no entanto, revelam uma semelhança notável em maneirismos, comportamento, hábitos, atitudes - até mesmo pontos de vista políticos; e irmãos que crescem na mesma família não se tornam mais parecidos em personalidade.[9] Os bebês chegam ao mundo com uma mente que sempre foi pré-programada, com temperamento, prontidão para aprender a língua e a cultura e até com expectativas inatas de como o mundo físico e social funciona. Paul Bloom e seus associados[10] descobriram que bebês de apenas três meses de idade que assistem a um breve show de marionetes irão mais tarde buscar o fantoche cujo comportamento foi mais útil do que hostil. Essa pesquisa fascinante sugere que viemos pré-programados com intuições morais e a capacidade de fazer distinções morais muito antes de nosso primeiro jogo.

Metaforicamente, então, nossas mentes são mais esboços do que páginas em branco. A experiência não nos cria do zero; elabora o que já está lá, revê-o e dá-lhe cor com as influências pessoais, culturais e sociais. Natureza e criação interagem para nos tornar quem somos. Vejamos agora o que a natureza nos deu.

A mente do caçador-coletor e os universais humanos De acordo com a psicologia evolucionista, o cérebro é um órgão que foi moldado e programado pela evolução, adaptado aos desafios enfrentados por nossos ancestrais caçadores-coletores biológicos em seu modo de vida de forrageamento por centenas de milhares de anos .[11] A evolução recompensou traços e tendências - incluindo inteligência, força física, desejo sexual e assumir riscos - que permitiram que nossos ancestrais sobrevivessem por muito tempoo suficiente para transmitir seus genes aos filhos. A maioria dos psicólogos sociais agora adota essa perspectiva, que lançou uma luz enorme sobre a maneira como entendemos a mente humana.

Considere a fascinante descoberta que o antropólogo Robin Dunbar[12] feito enquanto ele investigava os hábitos de higiene dos primatas: ele encontrou uma forte relação entre o tamanho do grupo de um animal e o tamanho do neocórtex do animal. O *neocórtex* é a parte do cérebro dos mamíferos que evoluiu por último e abriga muitas de suas funções avançadas. Em humanos, ele representa mais de três quartos do volume do cérebro e, em suas muitas dobras, estão as regiões responsáveis por processos de ordem superior, como autoconsciência, pensamento consciente, solução de problemas, autocontrole e linguagem. O tamanho e a complexidade especialmente grande do neocórtex e as habilidades que ele proporcionou aos primeiros humanos nos permitiram formar grupos cooperativos maiores do que outros mamíferos e transmitir nosso conhecimento por meio da cultura.

Dunbar descobriu que o tamanho do nosso cérebro parece estabelecer um limite de cerca de 150 pessoas com as quais podemos ter relacionamentos estáveis e significativos; as comunidades humanas funcionam perfeitamente quando não excedem muito esse número. A vida em grupo confere enormes vantagens, como compartilhar e proteger a comida, mas também impõe desafios cognitivos, como aprender e lembrar informações importantes sobre os membros de um grupo - quem pode roubar sua comida ou seu

parceiro. É necessário um grande cérebro para armazenar todas as informações sobre os outros membros do grupo e a variedade de maneiras como agem. É por isso que, quando tribos de caçadores-coletores cresciam com mais de 150 membros ou mais, a vida em grupo se tornava mais difícil e estressante, e as tribos tendiam a se fragmentar em outras menores.

A vida moderna mudou essa realidade? Seria razoável supor que, com a mídia e a tecnologia, poderíamos facilmente ampliar nosso círculo social muito além desse limite natural, agora que podemos alcançar milhares de outras pessoas com uma postagem ou um tweet. Ainda assim, aqui está a questão: com quantos de seus amigos ou seguidores online você realmente tem *interações significativas* em um determinado momento? Acontece que poucas pessoas têm comunicações bidirecionais com mais de 150 pessoas. Esse limite é verdadeiro mesmo na era do Facebook e do Twitter, apesar do fato de que parecemos obter alguma auto-estima por ter centenas ou mesmo milhares de amigos ou seguidores.[13]

Uma implicação útil de conhecer o limite de 150 pessoas é que as organizações humanas funcionam melhor quando não ficam muito grandes - quando podem operar como *comunidades, em* vez de*burocracias* . Escolas pequenas têm taxas mais baixas de violência e faltas, melhores relacionamentos e aprendizagem de melhor qualidade do que escolas maiores e impessoais.[14] Estar atento à natureza e às limitações de nossas mentes evoluídas de caçadores-coletores fornece maneiras de otimizar nossas vidas e instituições.

O longo processo de evolução produziu outros *universais humanos* - traços, tendências comportamentais, motivações e sistemas emocionais que todos os humanos manifestam independentemente de sua cultura. Em todas as sociedades (e entre nossos parentes não humanos mais próximos, os chimpanzés), certas expressões faciais indicam as emoções básicas de medo, felicidade, raiva, tristeza, nojo e surpresa. As pessoas preferem parentes próximos a parentes distantes e preferem parentes distantes a estranhos. As pessoas vivem em unidades familiares, onde os machos são mais velhos do que as fêmeas. Em média, os homens são mais agressivos fisicamente do que as mulheres, e a maioria das atividades é dividida por gênero, com as mulheres cuidando mais dos filhos. Todas as sociedades têm alguma forma de religião, listas de tabus e normas de conduta. Em todas as sociedades, as pessoas fazem brinquedos para crianças, contam histórias e mitos, fazem música, se envolvem em fofocas maliciosas e praticam ritos de passagem relacionados à idade. A existência de tais universais aponta para a centralidade da vida em grupo para a sobrevivência de nossa espécie. Essas adaptações existem em todos os lugares porque facilitaram a vida em grupos - e viver em grupos foi fundamental para nossa sobrevivência.

O impacto da visão evolucionária da mente humana não pode ser exagerado. Apenas nos últimos vinte anos os cientistas sociais aceitaram totalmente o argumento de que muitas de nossas tendências e motivações ilógicas e mal-adaptativas - bem como as generosas, compassivas e tocantes - estão enraizadas em seu valor de sobrevivência da era em que vivíamos em pequenos grupos de caçadores-coletores. Mas as mesmas ficções, erros e desvios da racionalidade que nos serviram bem como caçadores-coletores podem nos

causar problemas no mundo complexo e multicultural de hoje. As regras do jogo mudaram, mas nossas predisposições evolutivas não.[15]

Como sempre precisamos de outros seres humanos para sobreviver, evoluímos para ser extremamente sociais e voltados para o grupo - bons jogadores de equipe como as abelhas, mas também bons competidores como os chimpanzés. Estamos programados para nos conectar, cooperar, conformar e harmonizar-nos com os membros de nosso grupo, mas também para competir para obter recursos e status dentro de nosso grupo. Estamos programados para o preconceito e a agressão, para sermos cautelosos e hostis com os estranhos e aqueles que consideramos ameaças. Nossos cérebros desenvolveram processos mentais rápidos para nos alertar sobre o perigo, paradecidir rapidamente quem era amigo ou inimigo e nos preparar para lutar ou fugir de inimigos percebidos. Essas tendências ajudaram a nos manter vivos quando lutamos com pedras e porretes, mas ao longo dos milênios a tendência humana de ver o mundo em termos tribais, nós e eles, lançou as bases para conflitos, divisões políticas, ódio e guerra.[16]

Os preconceitos internos do cérebro Como você pode ver, muitas de nossas peculiaridades e falhas mentais não são apenas erros tolos ou aleatórios, nem são falhas no projeto de nossos cérebros. O cérebro humano foi projetado para funcionar com eficiência, mas algumas peculiaridades e preconceitos surgiram ao longo do caminho. Uma característica é o **ponto cego** do **preconceito** , a crença de que somos mais objetivos e menos preconceituosos do que a maioria das outras pessoas. Somos tendenciosos a pensar que não somos tendenciosos! Esse ponto cego surge do fato de que muitas de nossas crenças operam *implicitamente* , ocultas sob a percepção consciente. Quando vemos nosso próprio comportamento, conhecemos o contexto e podemos dar desculpas para isso; afinal, sabemos o que sentimos. Mas quando vemos o comportamento dos outros, perdemos o contexto completo. É por isso que é fácil ver hipocrisia nos outros, mas não em nós mesmos. O mesmo político que está ocupado condenando outro político por ter um caso pode estar tendo um seu bem ali em seu escritório. Nosso ponto cego de preconceito nos permite explicar nossas próprias ações hipócritas facilmente (“Ele é um bastardo imoral, mas tenho o direito de ter esse caso porque estou sob muito estresse”).[17]

ponto cego de polarização:

a crença de que somos mais objetivos e menos preconceituosos do que a maioria das outras pessoas

Pior ainda, estamos sujeitos ao *realismo ingênuo* , à propensão de acreditar que nossa interpretação subjetiva da realidade *é a* realidade. *Vemos as* coisas como realmente são; essas outras pessoas são tendenciosas. Essa crença torna mais fácil pensar que qualquer pessoa que não compartilhe de nossa perspectiva é equivocada, ignorante, egoísta - ou má. A história demonstra, com demasiada frequência e de maneira trágica, como é mais fácil para as pessoas cometer atos de ódio e crueldade se tiverem a certeza de que estão absolutamente certas e os outros errados.[18]

De todos os preconceitos da mente, o **preconceito de confirmação** é central para como vemos o mundo e processamos as informações: notamos, lembramos e aceitamos informações que *confirmam* o que já acreditamos e tendemos a ignorar, esquecer e

rejeitar informações que *refutam o* que nós acreditam. Em um experimento de Mark Snyder e William Swann,Foi dito a [19] universitárias que a pessoa que estavam prestes a conhecer era extrovertida (extrovertida, calorosa e amigável) ou introvertida (reservada, fria e indiferente). Em seguida, eles foram solicitados a preparar um conjunto de perguntas que gostariam de fazer a essa pessoapara conhecê-lo. Que tipo de perguntas eles fizeram? Os alunos que achavam que conheceriam uma pessoa extrovertida eram mais propensos a fazer perguntas que confirmaram suas expectativas, como "O que você faz para animar uma festa?" e "Em que situações você é mais falador?" Aqueles que esperavam encontrar um introvertido costumavam fazer perguntas como "Em que situações você gostaria de ser mais extrovertido?" e "O que você não gosta em festas barulhentas?" Observe que, sejam quais forem as respostas do entrevistado, a hipótese dos questionadores sobre a pessoa provavelmente será confirmada. Ou seja, uma pessoa que não é especialmente introvertida ou extrovertida parecerá extrovertida ao responder ao primeiro conjunto de perguntas e introvertida ao responder ao segundo conjunto.

viés de confirmação:

uma tendência de buscar confirmação de impressões ou crenças iniciais

O viés de confirmação ajuda a explicar por que as pessoas se apegam tenazmente a crenças desmascaradas. Eles procuram qualquer resquício de evidência para apoiar seu desejo de estar certo, para que não tenham que "mudar de ideia". Em nosso passado evolutivo, esse viés teria sido adaptativo, levando nossos antepassados a ter uma estratégia “se funciona, continue”. Mas, no mundo moderno, às vezes essa estratégia pode nos levar a becos escuros e becos sem saída.

O preconceito egocêntrico Os seres humanos são uma espécie social, mas também somos egocêntricos: tendemos a nos colocar no centro de nossos próprios universos. É por isso que as pessoas lembram-se melhor das novas informações quando podem aplicá-las a si mesmas do que quando pensam que afetam apenas outras pessoas.[20] Se estiverem trabalhando em grupos, tendem a focar e relembrar seu próprio desempenho melhor do que o desempenho de seus colegas de equipe. E quando as pessoas desempenham um papel ativo na geração de informações, elas se lembram dessas informações melhor do que quando as recebem passivamente.

Você pode ver o preconceito egocêntrico em si mesmo se alguma vez teve certeza absoluta de que o mundo inteiro viu aquela espinha em seu rosto ou está fofocando sobre o dia em que você está com o cabelo ruim. Muitos adolescentes temem ir à escola se, de repente, têm uma falha que têm certeza de que “todo mundo vai notar”. Os psicólogos sociais descobriram, no entanto, que essas preocupações costumam ser muito exageradas. As pessoas sentem que os holofotes sociais brilham mais intensamente sobre elas do que realmente fazem, um preconceito que Thomas Gilovich e seus associados chamaram de efeito holofote.[21] Em um experimento, os estudantes universitários foram solicitados a vestir uma camiseta que chamasse a atenção - uma com uma grande foto de Barry Manilow nela - e então entrar em uma sala cheia de outros alunos.Mais tarde, os participantes imaginaram que cerca de metade de seus colegas tinha visto e reagido negativamente a sua camisa, mas na realidade apenas cerca de 20 por cento tinha notado.

Podemos sentir que estamos sob os holofotes ao imaginar como os outros nos veem, mas também sentimos que notamos e observamos os outros mais do que eles nos notam e nos observam - uma forma de egocentrismo que é chamada de *manto da ilusão da invisibilidade* . Por exemplo, alunos em um experimento que estavam sentados em uma sala de espera com um estranho mais tarde estimaram erroneamente ter prestado muito mais atenção ao estranho do que acreditavam que o estranho prestava a eles. Os participantes relataram consistentemente essa sensação de invisibilidade - a menos que estivessem vestindo uma camiseta fornecida pelo experimentador, desta vez uma estampada com uma grande foto de Pablo Escobar. A moral da história é que é muito difícil ir além de nossa própria percepção da realidade quando estimamos como os outros veem as coisas.

O preconceito egocêntrico pode nos levar a aceitar acriticamente lisonjas e falsidades. O grande showman PT Barnum tem o crédito de dizer: “Um otário nasce a cada minuto”, e seu nome agora se aplica a um fenômeno psicológico comum. O *Efeito Barnum* refere-se ao fato de que quando as pessoas recebem descrições vagas e abrangentes de si mesmas que poderiam se aplicar a quase qualquer pessoa, elas geralmente dizem “Incrível! Esse sou *exatamente* eu ! " Esse efeito ajuda a explicar por que tantas pessoas acreditam erroneamente na precisão da astrologia, da leitura da sorte e até mesmo de alguns testes de personalidade psicológicos populares.[22] Suponha que eu examinasse seu mapa astrológico e lhe dissesse: “Você é bastante reservado em situações sociais desconhecidas. Você vê a vida com uma mistura de otimismo e pessimismo. Você tem uma mente aberta, mas pode assumir uma posição firme quando a situação exigir. ” Você me consideraria um leitor especialmente talentoso das estrelas e de sua própria personalidade? Um momento de reflexão dirá que essa descrição se aplica a quase todas as pessoas. Mas, devido à nossa tendência de pensar egocentricamente, a maioria de nós sentirá que é uma descrição perfeita de nós mesmos.

Por que o mal é mais forte do que o bom Uma característica curiosa da mente humana evoluída é que ela é orientada para a negatividade: tendemos a nos concentrar mais nas ameaças potenciais do que nas bênçãos, tendência geralmente chamada de viés da negatividade. Somos mais rápidos em encontrar rostos zangados na multidão do que rostos sorridentes. As interações negativas no escritório são muito mais influentes do que as positivas, e os funcionários provavelmentelembrar-se mais das afirmações e comportamentos negativos do chefe do que dos positivos. O feedback negativo tem um impacto emocional mais poderoso do que o feedback positivo. As más notícias são compartilhadas com mais rapidez e frequência do que as boas notícias.[23]

As pessoas que ganham dinheiro na loteria terão um pico de felicidade, mas eventualmente retornarão ao seu “ponto de ajuste” de felicidade pré-loteria.[24] A mesma coisa acontece depois de perder dinheiro, falhar em um teste ou outros eventos negativos: nós nos adaptamos às novas circunstâncias e nossos sentimentos voltam ao normal. Mas, de acordo com a teoria da evolução, entrevistas com ganhadores de loteria e vítimas de acidentes mostram que, em média, leva mais tempo para retornar à linha de base após experiências ruins do que após boas. Roy Baumeister e seus colegas descobriram que os eventos negativos geralmente têm mais poder do que os positivos. É evolutivamente adaptativo, concluíram eles, que o *mal seja mais forte do que o bem* ,

porque os animais com maior alerta para o perigo, a dor, o fracasso ou outras experiências negativas teriam maior probabilidade de sobreviver às ameaças e, consequentemente, teriam melhores chances de passar adiante seus genes.[25]

Esse viés de negatividade evoluído é mais um motivo pelo qual nem sempre somos os animais racionais que os economistas supõem. Por exemplo, do ponto de vista econômico, faz sentido para mim lamentar a perda de $ 50 tanto quanto celebraria um ganho de $ 50. Afinal, é a mesma quantia de dinheiro. No entanto, as experiências mostram repetidamente que a angústia que os participantes sentem quando perdem dinheiro tende a ser maior do que a alegria que sentem ao ganhar a mesma quantidade de dinheiro.[26] Quando podem escolher, as pessoas têm mais probabilidade de tentar evitar perdas do que de obter ganhos, um fenômeno conhecido como **aversão à perda** .

aversão à perda:

um fenômeno onde, quando dada uma escolha, as pessoas são mais propensas a tentar evitar perdas do que tentar obter ganhos

Ao enquadrar as escolhas para enfatizar as perdas, os pesquisadores e formuladores de políticas podem influenciar o comportamento e a tomada de decisões das pessoas.[27] Em um experimento de campo que fiz com dois de meus alunos, Mark Costanzo e Marti Gonzales,[28] usamos a aversão à perda para fazer com que as pessoas investissem em isolamento para suas casas. Em uma condição, depois de examinar cada casa, os especialistas em energia deram a cada proprietário uma descrição detalhada de quanto dinheiro eles poderiam *economizar a* cada ano nas contas de aquecimento com o isolamento. Na outra condição, os auditores forneceram as mesmas informações, mas informaram aos proprietários quanto dinheiro eles estavam *perdendo* todos os dias - que não fazer nada era o mesmo que jogar dinheiro pela janela. Proprietários de casas na condição de “perda” tinham duas vezes mais probabilidade de investir o dinheiro para isolar suas casas do que aqueles na condição de “economia”.

Compreender o viés da negatividade nos mostra uma saída. Embora alguns de nós ganhemos na loteria temperamental e tenhamos uma disposição feliz, o resto de nós precisa buscar ativamente o lado positivo da vida, expondo-nos à beleza, aos pequenos prazeres e à bondade dos outros, precisamente porque não é nosso automático tendência a fazê-lo.[29] Podemos aprender a nos concentrar nas coisas pelas quais somos gratos e a fazer coisas boas pelos outros, hábitos que compensam o viés da negatividade, gerando satisfação.[30]

Os dois sistemas de pensamento da mente A mente humana é dividida de acordo com duas formas de processamento: automático e controlado. O processamento automático refere-se às operações inconscientes (*implícitas*) e involuntárias que orientam a maior parte de nosso comportamento: associações bem aprendidas ou rotinas que nossos sistemas mentais realizam sem esforço, sem consciência. Este é o tipo de pensamento que os cérebros dos animais têm feito por meio bilhão de anos - respostas rápidas e eficientes aos estímulos sensoriais. Podemos realizar várias operações automáticas ao mesmo tempo, e é por isso que motoristas experientes podem dirigir sem prestar atenção a todos os incontáveis ajustes e decisões que estão fazendo (verificar o espelho retrovisor, ficar alerta para *outros* motoristas que estão enviando mensagens de texto,

etc.). Quando lemos trechos simples de texto em uma página, detectamos raiva na voz de um amigo, completamos a frase “sal e _____” ou categorizamos uma pessoa por sua raça, sexo ou idade, estamos envolvidos no processamento automático.

O processamento controlado, por outro lado, é o esforço consciente (*explícito*) que fazemos para lidar com novos problemas, como aprender a dirigir, resolver problemas matemáticos complexos, tentar lembrar o nome de um filme ou responder a uma pergunta como “Por que você ama o seu namorado? ” Esse tipo de pensamento é evolutivamente mais recente e está vinculado ao desenvolvimento da linguagem. É mais lento e *sequencial* - processamos um pensamento após o outro, em vez de vários em paralelo. Em seu influente livro *Thinking* , *Fast and Slow* , o psicólogo vencedor do prêmio Nobel Daniel Kahneman[31] descreve esses dois sistemas e detalha as implicações de sua operação para uma ampla gama de fenômenos psicológicos.

A maioria das decisões envolve um processo de duas etapas. Nosso sistema automático produz primeiro uma avaliação rápida e suja da realidade - uma intuição, um sentimento, uma preferência impensada. Então, se estamos motivados e temos acesso a informações válidas, usamos um pensamento mais controlado ou deliberado para modificar as impressões iniciais. Nós fazemos tudo issoo tempo - por exemplo, ao decidir se uma ideia é tão útil quanto presumimos intuitivamente, se uma situação é segura ou perigosa, ou se nosso vizinho está sendo irrefletido ou intencionalmente malicioso.

Como o processamento controlado exige mais tempo, foco, esforço e energia do que o pensamento automático, é propenso a fadiga e distração e, portanto, somos atraídos por atalhos. Quando isso acontece, nossas primeiras impressões e impulsos podem não ser corrigidos. Além disso, ao contrário do processamento automático, o processamento controlado não pode fazer duas coisas ao mesmo tempo. É por isso que tantos estudos mostraram que, apesar do que você egocentricamente acredita sobre suas próprias habilidades, é impossível realizar multitarefas com eficácia.[32] (Quando você está tentando enviar uma mensagem de texto e dirigir, uma dessas ações vai falhar.) Os seres humanos geralmente se orgulham de nossas habilidades de processamento controlado, mas Jonathan Haidt[33] estima que nosso raciocínio consciente - “o fluxo de palavras e imagens das quais temos plena consciência” - representa apenas cerca de 1 por cento do nosso pensamento. Os outros 99% ocorrem fora da consciência, mas essa é a porcentagem, ele argumenta, que realmente governa a maior parte de nosso comportamento.

Ao compreender como a evolução moldou nossos processos cognitivos, podemos abordar os problemas sociais com maior compreensão. Voltamo-nos agora para algumas características sociais de nossas mentes que são de especial relevância.

Evolução e o cérebro social

Sempre fui fascinado por como as outras pessoas são fascinantes. Todos nós somos, na verdade. Ninguém precisa ser subornado para se entregar a fofocas, mesmo fofocas sobre pessoas que nunca conhecerão. Na verdade, pagamos para fazer isso: a revista com o maior número de leitores e a maior receita de publicidade na América é a *People* , uma publicação que compartilha os detalhes da vida de celebridades - estranhos que podemos sentir que conhecemos, mas com os quais não temos nenhum relacionamento .

As pessoas pagam pelas *Pessoas* mesmo quando podem saciar seu quociente de fofoca na Internet 250 vezes por dia.

Outro marcador de como nossos cérebros estão programados para serem sociais é a rapidez com que interpretamos as coisas em termos humanos. As pessoas costumam ver rostos em lugares improváveis: na superfície da lua, em batatas fritas, em uma fatia de torrada, ou, notoriamente, em um pão de canela, que mostrava o suposto rosto de Madre Teresa. Conectamos estímulos aleatórios em padrões significativos e, na maioria das vezes, esses padrões envolvem pessoas, provavelmente porque as pessoas estão em nossas mentes.[34]

Em uma demonstração clássica dessa tendência, Fritz Heider e Marianne Simmel[35] mostrou a estudantes universitários um breve filme de animação no qual algumas formas geométricas se movem pela tela, dentro e ao redor de um grande retângulo, de maneiras determinadas aleatoriamente. Os alunos foram simplesmente instruídos a assistir ao filme e “anotar o que aconteceu”. Um dos trinta e quatro espectadores descreveu o filme literalmente: “Um grande triângulo sólido é mostrado entrando em um retângulo. Ele entra e sai desse retângulo e, a cada vez, o canto e a metade de um dos lados do retângulo forma uma abertura. ” Esse cara estava sozinho. Quase todo mundo leu mais nele, contando uma história sobre pessoas, como esta:

Um homem planejou encontrar uma garota, e a garota vem com outro homem. O primeiro homem diz ao segundo para ir; o segundo conta o primeiro, e ele balança a cabeça. Então os dois homens brigam, e a garota começa a entrar na sala para sair do caminho e hesita e finalmente entra. Ela aparentemente não quer ficar com o primeiro homem. O primeiro homem a segue para dentro do quarto depois de ter deixado o segundo em um estado bastante enfraquecido, encostado na parede externa do quarto. A menina fica preocupada e corre de um canto a outro no fundo da sala.

Isso foi em resposta a ver um filme sobre retângulos e triângulos! Nossas mentes raramente estão satisfeitas em relatar o mundo como ele aparece. Quando questionados sobre o que aconteceu, inventamos histórias pronta e automaticamente. Vamos além das informações fornecidas para atribuir intenções, motivos e personalidades humanas - até mesmo a figuras geométricas, objetos inanimados e, cada vez mais no mundo de hoje, robôs. Tratamos R2-D2, Siri e Alexa como se fossem humanos.

Para outra janela em seu cérebro social, pense sobre o seguinte: para onde vai sua mente quando fica *vagando* ? Para onde está vagando? O que você pensa quando está “fora da tarefa”? A rede de modo padrão é um conjunto de regiões cerebrais em interação que estão ativas quando não são direcionadas a uma tarefa ou focadas no mundo externo. Essa rede também está ativa quando pensamos explicitamente nas pessoas. É por isso que, quando nossas mentes vagam, normalmente vagam para questões sociais: planos que fazemos com amigos, memórias de entes queridos, conflitos com um parceiro, fantasias sexuais sobre todos os tipos de pessoas ou problemas causados por outras pessoas. Vemos histórias humanas em tudo porque as pessoas nunca estão longe de nossos pensamentos.[36]

Uma lição aqui é que se você quer vender um produto, faça com que as crianças se interessem por matemática ou história, ou motive o seu melhor amigo para obter ajuda

para esse problema com a bebida, conte-lhes uma história sobre uma *pessoa* - ou peça-lhes que contem uma. Em um experimento liderado por David Hamilton,[37] dois grupos de estudantes universitários leram declarações sobre o comportamento humano cotidiano, mas cada grupo recebeu um conjunto diferente de instruções. Um grupo foi instruído a lembrar as informações porque seriam testadas posteriormente para serem lembradas; o outro grupo foi instruído a formar uma impressão geral de como era a pessoa que estava fazendo essas coisas. Este segundo grupo não foi avisado sobre o descanso do recall. O que aconteceu? O grupo de formação de impressões lembrou-se de mais fatos do que aqueles que estavam tentando memorizar fatos para o teste de evocação. Pensar em "termos de pessoas" melhora a memória porque quando uma tarefa é estruturada em torno de pessoas, a rede de modo padrão é envolvida, o que por sua vez ajuda a armazenar as memórias.

Por que a dor social dói tanto "Meu coração está partido." "Meus sentimentos estão feridos." Apesar das diferenças óbvias entre um coração partido e uma perna quebrada, o fato de os seres humanos falarem assim sugere que *a dor social* - a ferroada da rejeição, humilhação ou insulto - dói como a dor física. Pense em uma ocasião em que você foi rejeitado ou envergonhado publicamente. É provável que você tenha sentido isso fisicamente, uma sensação de torção no estômago, talvez, ou bochechas muito vermelhas.

Pode ser difícil acreditar nisso quando você está sofrendo após uma separação, mas a capacidade de sentir a dor social tinha valor de sobrevivência para os primeiros humanos.[38] Nossos cérebros grandes requerem cabeças grandes para abrigá-los, o que significa que os bebês humanos devem nascer relativamente imaturos, enquanto suas cabeças podem passar pelo canal do parto. Eles são incapazes de se alimentar ou se defenderem sozinhos enquanto seus cérebros e corpos se desenvolvem fora do útero. Portanto, eles devem ficar perto dos cuidadores para alimentação e proteção, e esse tipo de conexão com outras pessoas permanece crítica ao longo da vida para garantir a segurança e o acesso aos recursos. A dor emocional servia ao propósito de garantir que as pessoas se importassem quando as conexões sociais fossem rompidas ou estivessem em risco; indivíduos intocados pela separação ou rejeição não teriam durado muito.

Naomi Eisenberger e Matthew Lieberman[39] escanearam os cérebros de estudantes universitários com imagens de ressonância magnética funcional (fMRI) - um procedimento que identifica regiões cerebrais ativas rastreando o fluxo sanguíneo - enquanto cada aluno jogava uma bola cibernética de três vias com outros dois jogadores. Em um ponto, os outros dois jogadores excluíam a pessoa digitalizada do jogo, não mais jogando a bola para ela. O fMRI revelou um padrão de ativação emo cérebro do aluno excluído é paralelo ao observado quando as pessoas sofrem picadas de agulha, choque elétrico ou outra dor física induzida experimentalmente.

Esse resultado sugere que o sistema mental envolvido com a conexão humana se ligou ao sistema já envolvido com a sinalização da dor física. Isso explica por que insultos, evasão e xingamentos não são menos graves do que ferimentos físicos. As crianças rejeitadas ou provocadas na escola podem sofrer efeitos graves e duradouros; na verdade, muitos adultos se lembram de experiências de rejeição na infância muito mais vividamente do que de castigo físico.[40]

O pensamento de nós-eles sobre as mentes tribais A evolução moldou nossas mentes para serem *tribais* , primorosamente ajustadas para categorizar outros indivíduos como parte de *nós* ou parte *deles* . Assim que vemos uma pessoa desconhecida, imediatamente a colocamos em uma caixa: Você é perigoso? Você tem intenção hostil? Você é atraente? Você é competente? Você é frio e rejeitador ou caloroso e convidativo?[41] Em última análise, perguntamos: Você é um de nós ou um deles?

Não é preciso muito para nos envolver - eles pensando. Meu filho Josh adora contar a história de que, muitos anos atrás, quando ele e seus três irmãos eram crianças, eles muitas vezes competiam entre si pela atenção da minha esposa e da minha ou pelo último pedaço de pizza, ou discutiam sobre de quem era a vez esvaziar a máquina de lavar louça; mas, principalmente, eram apenas quatro crianças perseguindo seus próprios interesses e agendas. Porém, fora de casa, em férias com a família ou em algum lugar desconhecido, eles se transformaram em parte de um *time* , uma família unida por um sentimento nós-contra-o-mundo. Um antigo provérbio beduíno diz: “Eu contra meu irmão, meu irmão e eu contra meu primo, e todos nós contra o estrangeiro”. Este provérbio captura perfeitamente como nossas mentes tribais dividem o mundo em gradações de nós e deles.

Em uma linha clássica de pesquisa, Henri Tajfel[42] explorou os efeitos da divisão de objetos e pessoas em grupos. Judeu polonês que lutou pelo exército francês contra os nazistas e acabou em um campo de prisioneiros de guerra alemão, Tajfel desenvolveu um grande interesse pela identidade social; mais tarde, quando se tornou um psicólogo social, desenvolveu a teoria da identidade social, que descreveu como nossos membros mais importantes em grupos religiosos, políticos, regionais, nacionais ou ocupacionais (por exemplo, batista, muçulmano, judeu? Texano ou Hoosier? Bombeiro ou enfermeiro ?) alimentar um sentimento de pertencimento e auto-estima e moldar nosso pensamento sobre as pessoas dentro e fora do nosso grupo.

A pesquisa de Tajfel revelou que, uma vez que dividimos as pessoas em grupos, nossas mentes nos levam automaticamente a exagerar as diferenças entre *nós* e *eles* , em vez de notar semelhanças. Considerando que tendemos a ver as pessoas em nosso grupo - o **ingroup** - como uma coleção de indivíduos únicos, tendemos a ver aqueles no **outgroup** como mais parecidos - “eles são todos iguais”, as pessoas costumam dizer, ou “todos parecem iguais para mim. ” Na verdade, “eles” costumam ser parecidos. Essa é uma falha de percepção comum: pessoas brancas que avaliam uma série de fotos de rostos terão mais dificuldade em distingui-los uns dos outros se os rostos forem asiáticos ou negros do que se forem brancos. Os asiáticos têm exatamente a mesma dificuldade para distinguir entre rostos de negros e brancos. Você pode imaginar como esse viés pode prejudicar a identificação precisa de uma testemunha ocular: as testemunhas oculares brancas têm uma probabilidade significativamente maior de confundir erroneamente uma pessoa negra com outra.[43]

em grupo:

nosso grupo, aquele com o qual nos identificamos e sentimos pertencer

grupo externo:

um grupo com o qual não nos identificamos; os membros dos quais tendemos a ver como sendo todos iguais

Também somos muito mais caridosos ao julgar os membros de nosso próprio grupo do que ao julgar "eles". Não vemos apenas as pessoas em nosso grupo como sendo mais variadas; vemos nosso grupo como sendo melhor e mais merecedor. Esse *preconceito intragrupo* confere sentimentos de orgulho e estima: distorcemos nossas percepções do mundo para que nosso grupo pareça melhor do que os outros e nos sentimos melhor porque fazemos parte dele.

Favorecer nosso próprio grupo pode parecer perfeitamente razoável, visto que muitas vezes escolhemos fazer parte do grupo com base em diferenças reais de gostos, valores, crenças e ideologia política. No entanto, os seres humanos são tão naturalmente inclinados a dividir o mundo em *nós* e *neles* que o preconceito dentro do grupo surge mesmo quando a participação no grupo é baseada em diferenças que são triviais, até mesmo sem sentido. Tajfel[44] estranhos completos divididos aleatoriamente em grupos identificados como "Grupo X" ou "Grupo W." Esses estranhos nunca interagiram durante o estudo e suas ações foram completamente anônimas, mas eles se comportaram como se aqueles que compartilhavam seu rótulo sem sentido (X ou W) fossem seus bons amigos ou parentes próximos. Estudo após estudo, com base apenas na atribuição de grupo, os participantes preferem aqueles que compartilham seu rótulo; eles os avaliam como tendo uma personalidade mais agradável e mais propensos a produzir um trabalho melhor do que as pessoas que receberam um rótulo diferente. Eles até alocam mais dinheiro e recompensas para aqueles em seu "grupo".

Por que estamos tão dispostos a discriminar tanto com base em tão pouco? Porque está em nosso DNA. Para caçadores-coletores, valia a pena ficar atento às diferenças entre os membros de sua própria tribo, que poderiam ser concorrentes, e para forasteiros, que provavelmente seriam os invasores. Formação de coalizões, o agrupamento de indivíduos emequipes, surge naturalmente quando há um propósito comum que também beneficia cada membro. A coesão entre nossa própria tribo ou equipe era altamente adaptável porque compartilhamos recursos e desfrutávamos da proteção do grupo contra constantes ameaças externas.

Infelizmente, muitas vezes deixamos que nossos membros do grupo pensem por nós. Geoffrey Cohen e seus colegas[45] recrutou um grande número de liberais e conservadores autoidentificados e pediu-lhes que avaliassem propostas para dois programas de reforma da previdência: um um programa generoso e outro um programa mais austero que oferecia menos benefícios aos beneficiários. Como esperado, os liberais preferiram o plano generoso e os conservadores preferiram o mais rigoroso. Em seguida, um grupo separado de liberais e conservadores analisou os mesmos planos, que foram rotulados como propostos por democratas ou republicanos. Desta vez, a filiação ao grupo superou completamente o conteúdo da proposta: os liberais preferiram o plano que pensaram vir dos democratas e os conservadores preferiram os planos que pensaram vir dos republicanos - independentemente do conteúdo real que leram. O conteúdo objetivo da política *não* teve *qualquer efeito* sobre os juízes. Notavelmente, esse efeito de “partido sobre a política” foi tão forte entre as pessoas que tinham conhecimento sobre questões de bem-estar quanto entre as pessoas que não tinham. Além disso, os participantes

insistiram que formaram sua atitude de forma *lógica* , com base apenas na política, embora estivesse claro que suas preferências eram motivadas pela filiação ao grupo.

Ligue o noticiário e ouça os analistas políticos que defendem o candidato ou a posição de seu partido, e você verá esse fenômeno se desenrolar repetidamente. (Muitos republicanos no Congresso passaram anos se opondo ao Affordable Care Act de Barack Obama, embora tenha sido quase inteiramente baseado em um programa bem-sucedido implementado em Massachusetts por Mitt Romney - um republicano.) Leia o tópico de comentários de qualquer notícia politicamente tendenciosa, e você veremos a mesma coisa: a desvalorização reflexiva por *nós* de quaisquer ideias que venham *deles* .

Esses preconceitos surgem sempre que times ou grupos têm interesses conflitantes, como mostrado em outro estudo clássico de partidarismo entre torcedores em um jogo de futebol entre Princeton e Dartmouth. O jogo é lembrado como o mais violento e sujo da história de ambas as escolas. Algum tempo depois do jogo, Albert Hastorf de Dartmouth e Hadley Cantril de Princeton[46] visitaram as duas escolas e mostraram filmes do jogo aos alunos. Os alunos foram instruídosser completamente objetivo enquanto assiste ao filme e anotar cada infração das regras - como tudo começou e quem foi o culpado. Assim como os partidários políticos de Cohen, havia uma grande diferença na maneira como os alunos de cada universidade viam esse jogo: cada lado via seus colegas como vítimas, em vez de perpetradores de agressão ilegal. Além disso, esta não era uma distorção menor. Os alunos de Princeton viram o dobro de violações por parte dos jogadores de Dartmouth do que os alunos de Dartmouth.

Cientistas cognitivos Steven Sloman e Philip Fernbach[47] argumentam que literalmente pensamos em grupos, e não como indivíduos racionais, especialmente no complexo mundo de hoje, onde precisamos da experiência de outras pessoas para quase tudo o que fazemos. Pode ser necessária uma tribo para criar um filho, mas também é necessária uma tribo para curar uma doença ou chegar à lua ou projetar um carro autônomo. De uma perspectiva evolucionária, confiar no conhecimento de outras pessoas tem funcionado bem para os seres humanos - exceto, é claro, quando não funciona.

O pensamento tribal é natural, mas é inevitável? Não necessariamente. Nossa história está repleta de alianças mutantes e atitudes enraizadas em nossas distinções. Um aliado que consideramos excelente em um ano pode se tornar um inimigo ou concorrente no próximo ano, ou vice-versa. Como Daniel Rudkin e Jay Van Bavel apontam,[48] tais mudanças fornecem esperança de que não precisamos nos resignar a um futuro de tribalismo. Podemos nos treinar para corrigir nossos impulsos automáticos programados no sentido de *nos* tratar como amigos e a *eles* como ameaças. Em experimentos, se os membros do grupo têm tempo e motivação para aplicar a razão e a deliberação - para pensar se é justo punir um membro de um grupo externo - eles são menos aptos a discriminar ou agir injustamente.[49]

Os motivos sociais centrais

Os seres humanos têm muitas necessidades físicas universais de sobrevivência, mas também temos certos motivos *sociais* básicos que moldam nosso pensamento, emoções e relacionamentos. Todos os seres humanos buscam motivações sociais em vários graus, conforme ditado por sua cultura, sua personalidade individual e os detalhes da situação.

Quando esses motivos são satisfeitos, tendemos a nos sentir bem; quando estão frustrados ou quando as circunstâncias os colocam em conflito, sentimo-nos estressados, infelizes e ainda menos do que humanos. Susan Fiske, uma pioneira na pesquisa de cognição social, identificou um grupo central desses motivos.[50]

Pertencimento De todos os motivos que governam a vida social, o mais importante é pertencer: nosso desejo de conexões estáveis e significativas com outras pessoas.[51] Desejamos nos adaptar; como vimos antes, mesmo uma leve dose de exclusão durante um jogo de cyberball com dois estranhos invisíveis dispara alarmes em nossos cérebros semelhantes aos de dor física. Estudantes universitários que relembraram episódios de exclusão, ou que foram excluídos durante um breve jogo no laboratório, posteriormente se classificaram como “menos humanos” do que os estudantes que não foram levados a se sentir excluídos.

Esse motivo social básico é a razão de longos períodos de isolamento involuntário não serem apenas desagradáveis; eles também são psicologicamente prejudiciais, gerando depressão, ansiedade e impulsos autodestrutivos. A taxa de suicídio é muitas vezes maior entre os presos mantidos em confinamento solitário do que entre a população carcerária total; é realmente o mais cruel dos castigos.[52] Craig Haney, que estudou prisioneiros que foram mantidos por anos em isolamento total, observou que “eles não têm certeza de que existem e, se existem, exatamente quem são”.[53]

Em um nível menos extremo, sentir-se socialmente desconectado pode fazer com que as pessoas percam a capacidade de regular suas emoções e controlar sua atenção, comportamento e impulsos. Alunos rejeitados e isolados tendem a se sair pior nos testes, comer mais junk food e se comportar de forma mais agressiva do que os alunos que se sentem parte de um grupo.[54] Um sentimento de pertença ameaçado ou diminuído também muda a forma como as pessoas processam e interpretam as informações, ao mesmo tempo que as torna mais abertas à interação com os outros, mas também mais cautelosas com a rejeição - e, portanto, hipersensíveis ao comportamento de outras pessoas.[55] É como se eles dissessem a si mesmos: “Eu realmente quero ser aceito por este grupo, mas vou ficar de olho em sinais de que eles não me querem”.

A necessidade de pertencer promove conformidade e relacionamentos harmoniosos e gera muitos de nossos costumes. Considere a música. Por que todas as culturas conhecidas desenvolveram alguma forma de música, dança, ritmo ou melodia? É um subproduto da evolução sem nenhum valor especial? Dada a universalidade da música, essa resposta é improvável. Em vez disso, a música existe em todos os lugares por causa de seu poder de organizar indivíduos em um grupo ou equipe coordenada de uma forma que nada mais consegue, transmitindo informações sobre o humor de um grupo ou o propósito pretendido para muitas pessoas ao mesmo tempo. Pense em tambores de guerra tribais ou marchas militares, que colocam os soldados em ordem e os preparam para a batalha. Pense em como as canções de luta da faculdade em eventos esportivos estimulam e organizam milhares de espectadores individuais em uma multidão unificada. Imaginecomo os espectadores balançam em sincronia com a música e como todos nós podemos cair no choro, rir ou dançar com nossas canções favoritas. A música é essencial porque nos conecta, emocionalmente, com os outros.[56]

Compreendendo os outros e predizendo com precisão Os seres humanos têm um forte motivo para serem precisos na forma como lemos e entendemos as pessoas e situações, precisos o suficiente para navegar pelo mundo com segurança e de uma forma que otimize nossos relacionamentos. Queremos ser capazes de prever o que vai acontecer e dar sentido às coisas que acontecem. Quando esse motivo criador de sentido é frustrado, a incerteza que sentimos pode ser enervante; quando a situação é estável e certa, podemos nos preparar, nos adaptar e seguir em frente. A incerteza nos mantém no limbo, incapazes de nos preparar para o que está por vir. Na verdade, nos sentimos melhor sabendo com certeza que algo ruim *está* chegando do que suspeitando que algo ruim *pode* acontecer.

Em um estudo,[57] participantes jogaram videogame enquanto estavam conectados a um gerador de choque e um monitor de seus níveis de estresse. Eles receberam um leve, mas doloroso choque nas mãos cada vez que viravam uma pedra digital e encontravam uma cobra digital embaixo dela. Conforme alguns jogadores continuaram, eles ficaram melhores em prever quais rochas tinham cobras escondidas sob elas e, portanto, podiam prever quando receberiam um choque; eles não puderam evitar o choque, mas sabiam quando ele viria. Mas, para alguns jogadores, as chances de encontrar uma cobra mudavam continuamente, de modo que os choques permaneceram imprevisíveis. Os jogadores que tinham certeza de que iriam encontrar uma cobra tinham níveis de estresse significativamente mais baixos do que aqueles que não tinham certeza.

A certeza de **controle** , mesmo a certeza infeliz, satisfaz um terceiro motivo social forte: a *necessidade de controle* , a sensação de que temos autonomia e competência para dirigir nossas próprias ações e fazer as coisas acontecerem. A sensação de controle contribui para o nosso bem-estar porque nos dá sentimentos de iniciativa e competência para fazer as coisas. A sensação de que não temos controle é desagradável e, a longo prazo, doentia. Bruce McEwen[58] descobriu que humanos e outros primatas que estão nos degraus mais baixos das hierarquias sociais - que têm relativamente pouco controle sobre suas vidas e que podem ser empurrados por um macaco maior e mais dominante ou por um chefe - tendem a sofrer mais doenças relacionadas ao estresse e morrem significativamente mais cedo do que seus pares de status mais elevado.

Para muitas pessoas, a sensação de controle é tão fundamental para o bem-estar que agem como se tivessem controle quando não o têm. Elassão mais relutantes em abrir mão de um bilhete de loteria se escolheram seus próprios números, por exemplo, e acreditam que sacudir os dados vigorosamente em um jogo de dados renderá números mais altos.

Uma necessidade de importar Os seres humanos têm um forte motivo para sentir que são dignos, têm status social em sua comunidade e têm uma reputação positiva. Eles querem que suas vidas sejam *importantes* - seja para uma outra pessoa, para suas famílias ou para o mundo; Fiske chama isso de motivo para “auto-aprimoramento”. Na verdade, o quanto nos admiramos está diretamente relacionado a como pensamos que somos valorizados pelos outros.[59] Este motivo se expressa de várias maneiras, desde tentar melhorar a nós mesmos, melhorar nossas comunidades, tornar-se ativo na política, exibir riqueza e sinais de status, até realizar pequenos atos de bondade. Por outro lado, quando as pessoas sentem que não têm importância - quando sentem que a sociedade

não se importa se elas vivem ou morrem, se os empregos que lhes davam estabilidade e significado acabaram - o resultado pode ser desespero ou protesto irado. Para dar apenas um exemplo, o movimento Black Lives Matter começou como um clamor da comunidade afro-americana para que a maioria branca entendesse que suas vidas e segurança são tão importantes quanto a vida dos brancos.[60]

Confiança Como animais sociais, não podemos sobreviver sem confiar em outras pessoas. Embora a evolução nos tenha dotado com o viés da negatividade - o efeito "o mal é mais forte do que o bom" - estamos altamente motivados a confiar que o mundo é seguro, benevolente e justo. Queremos sentir que outras pessoas irão garantir nossa segurança, nos tratar com gentileza e nos fornecer recursos. Apesar dos riscos de nos tornarmos vulneráveis ao confiar, geralmente esperamos que os outros - especialmente aqueles semelhantes a nós - não nos façam mal. Como acontece com todos os motivos sociais, as pessoas diferem no quanto confiam nos outros e no mundo, em parte por causa de suas disposições temperamentais individuais e em parte por causa de suas experiências na primeira infância. Mas somos tão inclinados a confiar que nos sentimos surpresos, zangados e magoados quando outras pessoas nos enganam ou nos enganam. Confiar nos outros torna as interações mais simples e agradáveis; isso nos livra da preocupação de que outros estão atrás de nós ou de que fofocarão sobre nós se revelarmos nosso eu genuíno. O romancista vitoriano George Eliot expressou isso bem quando escreveu: "Que solidão é mais solitária do que a *desconfiança* ?"

Como fazemos com os outros motivos sociais, muitas vezes distorcemos nossa visão do mundo para satisfazer nosso desejo de confiança e manter nossa fé subjacente em um mundo benevolente. Se você, ou alguém que você conhece, foi roubado, estuprado, atacado ou sofreu outro trauma, você sabequão desorientadora é essa experiência - porque, além do choque e da dor do evento, ela destrói temporariamente a suposição de que o mundo é seguro, justo e justo. Nossa confiança foi destruída. Numa tentativa comum, mas infeliz, de nos sentirmos melhor e de nos assegurarmos de que tal coisa jamais poderia acontecer conosco, podemos recorrer à *culpa da vítima* , tentando encontrar os motivos pelos quais ela fez algo para convidar a tal tratamento.[61]

Uma palavra conclusiva sobre os motivos sociais Ao longo deste livro, você verá como a compreensão desses motivos sociais fornece uma lente através da qual se pode ver a cognição social e o comportamento. Fazemos nosso melhor trabalho quando sentimos que pertencemos, quando podemos prever resultados, quando somos livres para fazer escolhas e estar no controle, quando podemos fazer um trabalho que nos faz sentir úteis e quando confiamos em nossos entes queridos e colegas.[62] Portanto, quando as pessoas acreditam em coisas que não são verdadeiras ou fazem coisas que parecem loucuras, é comum que esses motivos principais tenham sido distorcidos de alguma forma.

No Capítulo 1 , levantei a questão de por que adolescentes de classe média sem nenhuma conexão particularmente profunda com o fundamentalismo religioso deixariam suas casas para ingressar em um grupo terrorista. Quem em sã consciência buscaria o prazer deixando um lar estável para se juntar ao ISIS, muito possivelmente para se tornar um homem-bomba? Arie Kruglanski, um especialista em terrorismo, encontrou vários pontos em comum entre os terroristas, e três motivos centrais se destacam.[63] Primeiro,

eles têm um desejo intenso de *pertencer* , de fazer parte de um grupo maior que lhes dá uma identidade e um propósito. Em segundo lugar, eles têm grande necessidade de *certeza* , ordem e estrutura; o dogma preto e branco dos grupos fundamentalistas fornece-lhes respostas claras - com a certeza que anseiam em um mundo incerto. Terceiro, pertencer a um grupo terrorista resolve seu sentimento de que suas vidas são triviais e sem sentido; dá-lhes significado, um sentimento intenso de que suas vidas são *importantes* .

Quero enfatizar que a maioria dos seres humanos encontra maneiras de atender a essas necessidades universais de maneira compatível com uma vida pacífica em suas sociedades. Mas para aqueles que se sentem marginalizados e alienados, a necessidade de pertencer e importar pode ser mais preciosa do que a própria vida.

Percebendo e explicando nossos mundos sociais

Todos os dias de nossas vidas, procuramos explicar uma grande variedade de eventos: Por que os norte-coreanos estão se comportando de forma tão irregular? Por que aquela pessoa atraente do outro lado da sala me ignorou? Como é que eu fiz issomal e você se saiu tão bem na recente tarefa de redação? Nossas explicações são frequentemente racionais e precisas, mas também são vulneráveis a preconceitos e imprecisões.

Atribuições e explicações: Por que as pessoas fazem o que fazem? Em meados do século XX, Fritz Heider e Harold Kelley argumentaram que as pessoas pensam como "cientistas ingênuos".[64] Eles podem não testar suas hipóteses sobre o comportamento tão sistematicamente quanto os cientistas profissionais fazem, mas tentam entender por que outras pessoas agem como eles. Nesse objetivo, eles fazem atribuições causais: querem saber o que fez com que Joe fosse mesquinho ou que Jim fosse generoso. Esses caras sempre se comportam de forma egoísta ou generosa, ou a situação influenciou suas ações?

Digamos que você e um amigo estejam atravessando o campus quando vê seu colega Margaux beijando Scott. "Por que ela está fazendo isso?" seu amigo pergunta a você. "Eu pensei que ela o *odiava* ." De acordo com a **teoria da atribuição** , as pessoas fazem um de dois tipos de explicações causais antes de responder: uma explicação tem a ver com a personalidade típica da pessoa (uma atribuição disposicional); a outra tem a ver com a situação em que a pessoa se encontra (uma atribuição situacional). Margaux sai por aí beijando quase todo mundo na queda de um chapéu? Nesse caso, você provavelmente concluiria que ela beijou Scott porque é uma pessoa muito afetuosa. Essa é uma atribuição disposicional: você está inferindo que uma pessoa está se comportando de uma maneira particular por causa de algo *interno* a essa pessoa, como um traço de personalidade ou motivo.

Teoria de atribuição:

uma teoria que descreve a maneira como as pessoas explicam as causas de seu próprio comportamento e de outras pessoas

Mas suponha que você aprenda que quase *todo mundo* beija Scott. Agora você pode inferir que Margaux beijou Scott porque Scott é um cara beijável - uma atribuição situacional para o comportamento dela. Finalmente, se Margaux beija apenas Scott e

ninguém mais beija Scott, a distinção do beijo provavelmente se deve a algum relacionamento especial entre eles; você provavelmente concluirá que ou eles estão apaixonados ou Scott fez algo especialmente merecedor de um beijo.

Esse tipo de análise de atribuição pode ser extremamente útil e pode nos ajudar em decisões muito mais importantes do que determinar por que uma pessoa beija outra. Os professores devem descobrir por que os alunos lutam. Os júris devem decidir a inocência ou culpa do réu. As nações devem decidir como responder às provocações de outras nações. Em todos esses casos, as atribuições que fazemos terão consequências poderosas. Por esse motivo, os psicólogos sociais identificaram uma série de influências em nossas atribuições e explicações:*o erro fundamental de atribuição* , *profecias autorrealizáveis* e *preconceitos egoístas* .

O erro de atribuição fundamental O termo **erro de atribuição fundamental** refere-se a uma tendência humana de superestimar a importância da personalidade ou dos fatores disposicionais relativos às influências situacionais ou ambientais ao descrever e explicar por que as pessoas fazem o que fazem.[65] Se você tentar explicar por que seu colega parou de estudar e está perdendo as aulas, provavelmente encontrará um motivo em sua personalidade: “Ela ficou preguiçosa” ou “Ele não é tão inteligente quanto eu pensava”. Como resultado, porém, você pode passar a acreditar que seu colega de classe é assim de forma consistente, em vez de sofrer temporariamente de um problema externo, como a doença de um dos pais.

erro fundamental de atribuição:

a tendência de superestimar a importância geral da personalidade ou fatores disposicionais em relação às influências situacionais ou ambientais ao descrever ou explicar a causa do comportamento social

Um aspecto crítico da situação é o papel social que desempenhamos em determinado momento. Um experimento inteligente de Lee Ross, Teresa Amabile e Julia Steinmetz ilustra como subestimamos o poder dos papéis na explicação do comportamento.[66] Eles criaram um formato de questionário no qual designaram aleatoriamente os participantes para uma de duas funções: (1) um questionador, cuja tarefa era preparar perguntas difíceis para (2) um competidor, cuja tarefa era respondê-las. Um observador assistiu a este programa de teste simulado e, em seguida, estimou o conhecimento geral do questionador e do competidor. Tente se colocar no papel de observador. O que você vê? Você provavelmente verá uma pessoa muito inteligente e instruída e uma pessoa um tanto estúpida e ignorante. Mas observe como essas duas funções restringem o comportamento dos participantes. O questionador se esforçará para fazer perguntas difíceis com base no conhecimento esotérico: "Em que parque de beisebol Babe Ruth fez seu penúltimo home run?" “Qual é a capital da Lituânia?” e "Qual é a data da morte de Thomas Jefferson?"

Simplesmente *fazendo* essas perguntas, o questionador parece inteligente. O pobre competidor se depara com as respostas e com certeza vai perder muitas delas, fazendo com que pareça um pouco burro. E foi exatamente isso que Ross e seus colegas descobriram. Os observadores sentiram que os questionadores tinham muito mais conhecimento do que os competidores. No entanto, uma vez que todos foram designados

aleatoriamente para seus papéis, é extremamente improvável que todos os questionadores fossem *realmente* mais inteligentes e bem informados do que todos os competidores. E aqui está o chute: Mesmo que os observadores *soubessem* que os participantestendo sido atribuídos aleatoriamente a esses papéis, eles, no entanto, deixaram de reconhecer o impacto desses papéis sociais em fazer seus julgamentos sobre os participantes do quiz show. Eles caíram na armadilha de atribuir o que viram às disposições pessoais.

O erro fundamental de atribuição também tem consequências em nossas vidas pessoais e românticas. Se seu parceiro faz algo impensado, por exemplo, você pode fazer uma atribuição disposicional ("Meu parceiro é um desajeitado; precisamos terminar") ou uma atribuição situacional ("Meu parceiro deve estar sob incrível pressão no trabalho; precisamos umas férias"). Adivinhe qual atribuição leva a relacionamentos mais felizes?

As atribuições também fundamentam as crenças sobre as questões sociais e suas soluções. Muitos americanos consideram que uma pessoa que usa vale-refeição em um supermercado não está disposta a trabalhar: “Se ela tentasse com mais afinco, conseguiria um emprego”. Ou podem dizer que um ladrão condenado "deve ser um ser humano terrível e sem coração". Ambas as descrições podem ser precisas, mas nos cegam para a possibilidade de estarmos cometendo o erro fundamental de atribuição. Muitos fatores, além dos traços de personalidade, podem explicar por que uma pessoa é pobre ou comete um crime, incluindo falta de oportunidades de emprego, analfabetismo, recessão econômica ou crescimento em uma família disfuncional.

Não estou dizendo que os criminosos não devam ser responsabilizados por suas ações. E definitivamente não estou dizendo que fatores disposicionais como preguiça, crueldade ou maldade não existam. Eles fazem! Mas focar em fatores pessoais, em vez de situacionais, resultará em políticas diferentes para reduzir a pobreza e o crime. A atribuição de “este criminoso é inerentemente mau” nos levará a apoiar políticas de gastar mais dinheiro em prisões e aplicar sentenças de prisão mais longas e mais cruéis. Perceber que as causas do crime são devidas em grande parte ao desemprego, aos modelos de comportamento pobres e ao analfabetismo resultará em políticas como aumento de gastos em escolas melhores e créditos fiscais para empresas que investem em áreas pobres.

No mínimo, nosso conhecimento do erro fundamental de atribuição deve nos alertar para a possibilidade de que nossas atribuições podem nem sempre ser corretas. Ao nos orientar a considerar as forças situacionais, ele nos lembra que nós mesmos podemos ser apanhados em situações que nos levam a nos comportar mal. Devemos levar a sério o lema do reformador protestante inglês John Bradford: “Pronto, mas pela graça de Deus, vá.”

Atribuições para o sucesso e o fracasso - e a profecia autorrealizável De todas as atribuições que fazemos, aquelas sobre sucesso e fracasso estão entre as mais importantes, porque afetam nosso senso de controle. Quando as crianças têm problemas na escola ou são reprovadas em seus testes, as explicações que elas contam a si mesmas e aos outros sobre os motivos determinam se elas continuarão a ser reprovadas - ou se acabarão tendo sucesso.

Quando fazemos atribuições disposicionais para desempenho, localizamos a causa dentro de nós, culpando o sucesso ou o fracasso em nossa personalidade, habilidades ou esforço. Quando fazemos atribuições situacionais para a mesma coisa, localizamos a causa na dificuldade da tarefa ou nas condições sob as quais a tarefa foi realizada. Se você falhar em um teste de matemática, pode concluir que sua falha foi causada por algo interno, em você (" *Eu sou* ruim em matemática"; " *Eu* não tentei o suficiente") ou externo ("O *teste* foi incrivelmente difícil ou complicado ";“ A *sala* era tão barulhenta que não conseguia me concentrar ").

Com o tempo, as pessoas desenvolvem um padrão habitual de explicação de seus sucessos e fracassos, e esse padrão - chamado de estilo explicativo - afeta seu senso de controle e bem-estar emocional.[67] Pessoas que têm um estilo explicativo pessimista são implacavelmente sombrias, porque pensam que a causa de seus problemas permeia suas vidas, não pode ser mudada e os assombrará para sempre ("Eu sou péssimo em tudo, e nada do que faço vai mudar isso "). Pessoas que têm um estilo explicativo otimista atribuem eventos infelizes a causas externas, situacionais e sob seu controle: “Sim”, eles podem dizer, “Eu estraguei aquele teste de matemática específico, mas posso estudar mais da próxima vez e melhorar. Além disso, aquele foi um teste muito difícil e eu me saí bem em meus outros exames. ”

Você pode ver como essas atribuições podem levar a narrativas completas que nos preparam para o sucesso ou fracasso futuro. O mecanismo cria uma **profecia autorrealizável** , que ocorre quando agimos de acordo com nossa atribuição inicial de nosso comportamento e então nos comportamos de forma a confirmá-la: “Eu falhei naquele teste, então sou um estúpido. Portanto, não vou estudar. Portanto, vou falhar. Ver? Eu disse que era estúpido. ” Mas também podemos criar uma profecia autorrealizável positiva: “Eu falhei no teste, então é claro que não trabalhei duro o suficiente. Portanto, vou estudar mais e ter certeza de que entendi o material. Portanto, farei melhor. Ver? Eu disse que podia. ”

profecia auto-realizável:

o processo que ocorre quando as pessoas (1) têm uma expectativa sobre como outra pessoa é, o que então (2) influencia como elas agem em relação a essa pessoa, e (3) faz com que essa pessoa se comporte de uma forma que confirme as expectativas originais dessas pessoas

As profecias autorrealizáveis também se aplicam às nossas atribuições a respeito de outras pessoas: pensamos que elas são estúpidas, então as tratamos como se fossem estúpidas e, então, elas se comportam de maneira a cumprir nossa profecia de que são estúpidas. Em um experimento clássico que iluminou este ciclo triste, Robert Rosenthal e Lenore Jacobson[68] plantou um falso estereótipo nos chefes dos professores e as atribuições resultantes que os professores fizeram sobre seus alunos influenciaram o desempenho das crianças. Neste estudo, os experimentadores primeiro aplicaram um teste de QI a todas as crianças de uma escola primária. Depois que os testes foram pontuados, 20 por cento das crianças de cada classe foram escolhidas aleatoriamente. Os professores foram informados de que o teste havia indicado que esses alunos eram “florescentes”, prestes a obter ganhos intelectuais significativos no próximo ano. Essa

informação completamente falsa deu aos professores uma expectativa positiva sobre alguns de seus alunos. Em seguida, os pesquisadores simplesmente sentaram e assistiram. No final do ano, eles aplicaram o teste de QI novamente.

No geral, todas as crianças obtiveram ganhos consideráveis de QI ao longo do ano, mas aquelas rotuladas como “bloomers” tiveram ganhos significativamente maiores do que as crianças não rotuladas como bloomers. Aparentemente, os professores, acreditando que os bloomers iriam florescer, prestaram mais atenção a eles, os trataram com mais respeito e fizeram com que as crianças se sentissem mais confiantes em suas habilidades. Por sua vez, as crianças corresponderam às expectativas positivas dos professores.

Esse efeito foi encontrado principalmente na primeira e na segunda séries, o que sugere que as crianças são particularmente suscetíveis às expectativas dos professores em relação a elas quando são novas na escola e seus autoconceitos acadêmicos ainda estão se formando. Nas séries posteriores, as diferenças de pontuação eram menores ou inexistentes. No entanto, para alunos pertencentes a grupos minoritários, o impacto das expectativas dos professores foi maior e abrangeu mais séries, sugerindo que o status de minoria deixa as crianças especialmente sensíveis à forma como seus professores as tratam.[69]

Os efeitos do contexto nos julgamentos sociais

Um princípio básico da cognição social é que *todo julgamento é relativo; como percebemos e pensamos sobre uma pessoa ou um evento depende de seu contexto social* . “Contexto social” é um termo muito amplo, entãoaqui, quero explorar algumas maneiras pelas quais o mundo exterior entra em nossas mentes e influencia a maneira como tomamos decisões e explicamos o comportamento.

Efeitos de contraste e comparações sociais Um objeto pode parecer melhor ou pior do que é, dependendo de com o que o comparamos. A maioria dos vendedores entende isso implicitamente e alguns agem de acordo. Deixe-me levá-lo para fazer compras em uma casa com um corretor de imóveis. A primeira parada é uma pequena casa de dois quartos situada em um terreno pequeno. A casa precisa de uma nova camada de tinta; o interior está em desordem; o linóleo da cozinha está dobrando; o tapete da sala está gasto e cheira mal. Quando o corretor de imóveis lhe diz o preço pedido, você fica surpreso: “Caramba! Eles querem muito por este lugar? Quem seria burro o suficiente para pagar tanto por esta cabana? ” Certamente não você, e provavelmente ninguém mais. Agora, o agente leva você para uma casa de aparência mediana. Como você acha que ver aquela casa em ruínas primeiro pode influenciar sua avaliação da segunda? Você está certo. A casa dilapidada é um *engodo* , projetado para influenciar sua percepção das próximas.

Na maioria das listas de vinhos de restaurantes, você normalmente encontrará uma ampla gama de preços para cada variedade de vinho. Digamos que haja quatro merlots, a $ 14, $ 35, $ 70 e $ 170 por garrafa. Embora o restaurante possa não vender muito do vinho de US $ 170, sua existência faz os outros vinhos parecerem mais baratos em comparação. E porque a maioria das pessoas não quer parecer barata pedindo a garrafa mais barata da lista, o posicionamento estratégico do chamariz absurdamente caro permite que o

restaurante aumente o preço da segunda e da terceira garrafa mais barata, cobrando um muito mais do que valem.[70]

O princípio por trás do uso de tais iscas é o **efeito de contraste** , uma mudança na aparência de algo para você em contraste com um item semelhante. Em contraste com o barraco superfaturado, a casa de aparência média com o preço médio é um ótimo achado; em contraste com uma garrafa de vinho de US $ 170, a cara de US $ 70 parece perfeita. Quando qualquer objeto é contrastado com algo semelhante, mas não tão bom (ou tão bonito, ou tão alto, ou tão barato), ele é considerado mais bonito, mais alto ou uma pechincha melhor do que normalmente seria o caso. No clássico romance de Jonathan Swift, *Gulliver's Travels* , o herói, um homem de altura normal, era considerado um gigante quando viajava entre os residentes de Lilliput, mas um anão quando viajava entre os verdadeiros gigantes de Brobdingnag.

efeito de contraste:

um objeto parece ser melhor ou pior do que é, dependendo da qualidade dos objetos com os quais é comparado

Os efeitos de contraste podem ser usados estrategicamente com grande efeito. Um revendedor de carros usados pode colocar um velho ferro-velho no lote para melhorar a aparência dos automóveis nas proximidades. Um candidato presidencial pode selecionar um candidato à vice-presidência de menor estatura para aumentar a percepção positiva de suas próprias qualidades presidenciais. Muitas vezes não prestamos muita atenção à influência do contexto, muito menos questionamos a validade das alternativas apresentadas. Isso aumenta o poder dos “criadores de contexto”, como políticos, anunciantes e agentes de vendas: o contexto que eles criam influencia nossas percepções e julgamentos, levando-nos a decisões que não poderíamos tomar de outra forma.

Julgamentos importantes que fazemos sobre *nós mesmos* também podem ser influenciados por efeitos de contraste. Uma das fontes de informação mais potentes sobre nós mesmos é **a comparação social** , o processo pelo qual avaliamos nossas habilidades, realizações, atitudes e outros atributos, comparando-nos a outros. Dependendo de com quem nos comparamos, os resultados podem ser informativos, reconfortantes, inspiradores ou desanimadores. É por isso que muitos oradores da turma do ensino médio experimentam uma queda na auto-estima quando chegam a uma faculdade de elite e se encontram cercados por outros ex-oradores do ensino médio. Não são mais as crianças mais espertas do mundo, mas podem se sentir pouco inteligentes apenas por serem medianas no novo contexto.[71] Da mesma forma, quando mulheres jovens veem imagens de modelos na mídia, mais tarde se consideram menos atraentes do que se fossem exibidas imagens de mulheres de aparência mais comum.[72] E muitas pessoas sofrem com a “tristeza do Facebook”, a vaga depressão que se segue ao checar os amigos e saber como suas vidas são perfeitas - ou parecem ser com todas as férias que tiram, os cachorrinhos fofos que têm, suas famílias perfeitas, as partes, etc.[73]

comparação Social:

o processo pelo qual avaliamos nossas habilidades, realizações, atitudes e outros atributos, comparando-nos a outros

Sonja Lyubomirsky certa vez observou que as comparações sociais são principalmente responsáveis pelos sentimentos de inadequação e descontentamento. Não importa quão boa seja a sua situação, afinal, sempre haverá alguém que pode fornecer um contraste desfavorável - alguém com um corpo mais forte, mais habilidades atléticas, mais amigos no Facebook, um cheque de pagamento maior ou um iate maior. As comparações sociais não podem ser evitadas; eles surgem automaticamente e sem esforço. Quando ela comparou as cognições sociais de pessoas felizes e infelizes, Lyubomirsky descobriu que as pessoas mais felizes avaliam a si mesmas não prestando atenção ao que as outras pessoas estão fazendo, mas sintonizando e consultando seus próprios padrões internos de sucesso.[74] Também podemos evitar comparações dolorosas com outras pessoas, cultivando o que Carol Dweck chamauma mentalidade construtiva, a crença na capacidade humana de crescer e o compromisso com o autoaperfeiçoamento. Podemos, diz ela, aprender a ver as outras pessoas como fontes de inspiração e conhecimento, em vez de oportunidades para nos sentirmos inadequados.[75]

Esquemas e priming O esforço humano para dar sentido ao mundo e explicar as ações de outras pessoas muitas vezes esbarra em uma parede de ambigüidade e, diante da ambigüidade, as pessoas inventam histórias diferentes sobre o que está acontecendo. O que influencia as histórias que contam?

Como avarentos cognitivos, temos a tendência de organizar e recuperar informações por meio de esquemas, modelos mentais do mundo. Os esquemas podem ser estereótipos, categorias, expectativas, atitudes e mentalidades. Enquanto a maioria de nós dentro de uma cultura compartilha esquemas, cada indivíduo desenvolve inclinações habituais na maneira como interpretam as informações sociais. Nossas memórias, sentimentos e crenças sobre *nós mesmos* e o mundo eventualmente formam um todo integrado. Assim, alguns de nós vêem o mundo por meio de lentes cor-de-rosa (como vimos, eles têm um estilo explicativo otimista), enquanto outros o veem em termos hostis ou depressivos. Esses esquemas sobre nós mesmos nos levam a interpretar o mundo ao nosso redor de maneiras características e consequentes.

Os esquemas podem ser ativados por meio de **priming** , o uso de pistas sutis que direcionam nosso pensamento. Um estudo clássico de Tory Higgins, William Rholes e Carl Jones ilustra o papel do priming na formação de impressões sobre outras pessoas.[76] Em seu experimento, estudantes universitários participaram de dois projetos de pesquisa aparentemente diferentes: um sobre percepção e outro sobre compreensão de leitura. O primeiro experimento serviu para preparar diferentes categorias de traços; alguns dos alunos foram solicitados a lembrar de uma lista de características positivas (aventureiro, autoconfiante, independente e persistente), e os outros foram solicitados a lembrar de uma lista de características negativas (imprudente, presunçoso, indiferente e teimoso). Cinco minutos depois, como parte do que foram levados a acreditar ser um estudo não relacionado de compreensão de leitura, os alunos leram um parágrafo sobre uma pessoa fictícia chamada Donald e responderam a perguntas sobre ele.

priming:

um procedimento baseado na noção de que as ideias que foram recentemente encontradas ou frequentemente ativadas são mais prováveis de virem à mente e, portanto, serão usadas na interpretação de eventos sociais

O parágrafo era ambíguo. Descreveu Donald fazendo coisas que, dependendo do seu ponto de vista, poderiam ser interpretadas como aventureiras ou imprudentes (por exemplo, paraquedismo), autoconfiante ou vaidoso (ele acredita em suas habilidades), independente ou indiferente (ele não não confie em ninguém), seja persistente ou teimoso (ele nãomuitas vezes mudam de ideia). Os alunos então descreveram Donald com suas próprias palavras e avaliaram o quanto gostavam dele. Quando os alunos foram instruídos pela leitura de características negativas, eles caracterizaram Donald em termos negativos e o viram como menos agradável do que quando foram instruídos a pensar em categorias positivas.

Na maioria das vezes, a realidade é como a história de Donald: aberta à interpretação. Estudos de priming demonstram que eventos ou pistas recentes no ambiente atual podem colorir nossas percepções de maneiras previsíveis. Em um estudo, policiais e agentes de liberdade condicional juvenil leram a história de um adolescente cuja raça não era especificada, mas que teria cometido um crime. Metade dos policiais foi discretamente instruída com palavras relacionadas a negros (“homeboy”, “Harlem”) e a outra metade com palavras neutras. O primeiro grupo julgou que a criança era mais velha, mais culpada e com maior probabilidade de ter problemas, e recomendou punições mais severas para ela. A simples ativação de um esquema racial fez com que esses profissionais tendessem a considerar o adolescente um criador de casos.[77]

As histórias cobertas pela mídia também “induzem” os telespectadores a considerá-los os assuntos mais sérios da atualidade.[78] Ao tornar certas questões e conceitos mentalmente acessíveis, a mídia define as agendas políticas e sociais do público. Como cientista político Bernard Cohen[79] observou: “A mídia de massa pode não ser bem-sucedida na maior parte do tempo em dizer às pessoas *o que pensar* , mas é incrivelmente bem-sucedida em dizer a seus leitores *o que pensar* ”.

O poder do efeito de primazia Outra maneira pela qual o contexto social afeta o que as pessoas pensam é aparentemente simples, mas bastante eficaz. “Dê o melhor de si” acaba sendo um excelente conselho; as coisas que aprendemos primeiro sobre uma pessoa são especialmente influentes. Em um experimento inicial, Solomon Asch[80] fizeram os estudantes universitários lerem frases descritivas como as seguintes e, em seguida, avaliarem a pessoa descrita em cada frase.

a. Steve é inteligente, trabalhador, impulsivo, crítico, teimoso e invejoso.
b. Steve é invejoso, teimoso, crítico, impulsivo, trabalhador e inteligente.

As duas frases contêm exatamente as mesmas informações sobre Steve; entretanto, a primeira opção coloca os traços positivos em primeiro lugar, enquanto a segunda opção os coloca por último. Os alunos avaliaram Steve de forma mais positivaquando ele foi descrito com a primeira frase. Isso é chamado de **efeito de primazia** , referindo-se ao fato de que as informações iniciais têm mais influência do que as informações posteriores. Quando você se descreve nas redes sociais ou em um emprego ou inscrição para uma pós-graduação, as palavras que você usa *primeiro* podem dizer tanto sobre você quanto

as palavras *que* você usa. Naturalmente, os efeitos de primazia podem ser enganosos; o que as pessoas aprendem primeiro sobre você na vida real pode não ser as coisas mais importantes sobre você. No entanto, o que vem primeiro na narrativa que ouvem sobre você geralmente determina como eles respondem a você. Assim, se você escrever em um formulário de inscrição de emprego que a física era sua matéria favorita na faculdade, o empregador provavelmente sairá com uma imagem um pouco diferente de você - científico, estudioso, talvez um pouco nerd - se você revelar esse fato no início do ensaio e não no final.

efeito de primazia:

o efeito que ocorre quando as informações encontradas primeiro têm mais impacto sobre nossas impressões ou crenças do que as informações subsequentes

O efeito da primazia foi corroborado muitas vezes de maneiras diferentes. Em experimentos de Edward Jones e seus colegas,[81] participantes observaram um indivíduo fazendo um teste de inteligência composto por 30 itens. Em cada caso, a pessoa respondeu corretamente 15 das 30 questões. No entanto, às vezes a pessoa começava "quente" - respondendo a várias perguntas corretamente no início - e depois diminuía no desempenho; em outras ocasiões, a pessoa começou devagar, respondendo apenas algumas perguntas corretamente no início e, em seguida, respondendo a maioria dos itens finais corretamente. Os alunos que começaram "quentes" foram avaliados como mais inteligentes do que os que começaram devagar, apesar de todos terem respondido corretamente o mesmo número de questões.

É claro que às vezes não estamos simplesmente recostados, observando passivamente as pessoas que estamos julgando; estamos interagindo com eles e os influenciando ativamente, e podemos ter motivos que moldam nossas percepções. Os professores julgam a inteligência de seus alunos, mas também estão ensinando e influenciando aqueles a quem estão julgando. Uma exceção interessante ao efeito de primazia foi descoberta em um experimento de Joshua Aronson e Edward Jones,[82,] no qual estudantes universitários treinaram artistas que estavam tentando resolver um conjunto de anagramas. Metade dos treinadores recebeu a promessa de uma recompensa se eles pudessem aumentar a pontuação de seus performers; os outros treinadores receberam a promessa de uma recompensa por melhorar a habilidade de seus performers em resolver anagramas para que eles tivessem um desempenho melhor em anagramas no futuro. Durante a sessão de coaching, os performers seguiram um roteiro. Metade foi extremamente bem no início e depois diminuiu; os outros começaram devagar e depois melhoraram. A pontuação total foi idêntica;apenas o padrão diferia. Os treinadores que estavam motivados para maximizar a *pontuação de* seu desempenho classificaram-nos como mais inteligentes quando seu desempenho inicial foi bom. Esse é o efeito da primazia em ação: eles queriam ajudar seus alunos a ter um bom desempenho e, após as primeiras tentativas, concluíram que seus alunos eram inteligentes - independentemente de seu desempenho posterior. Mas os treinadores que estavam motivados para melhorar a habilidade de seus performers em resolver anagramas classificaram como mais inteligentes aqueles que começaram mal, mas acabaram indo bem. Em outras palavras, eles ficaram mais impressionados com aumentos no desempenho do que com um início rápido.

Essas descobertas sugerem que, se os professores investem no desenvolvimento de longo prazo de seus alunos (em vez de se concentrar em quão bem eles se sairão no próximo teste), eles devem resistir a fazer um julgamento precipitado com base na primeira impressão. O experimento de Aronson e Jones demonstra que os efeitos da primazia não são inevitáveis, especialmente se somos motivados a prestar muita atenção. Mas a tendência à avareza cognitiva significa que as primeiras impressões se formam rapidamente e perduram.

Navegando em nossos mundos sociais: heurísticas e memórias

Como observei no início deste capítulo, muitas vezes contamos com o processamento automático - nossa intuição - para compreender a enxurrada de informações que chega até nós. Para nos ajudar a fazer isso com eficiência, nossas mentes geralmente contam com **heurísticas** , operações mentais que fornecem regras básicas que orientam a resolução de problemas e a tomada de decisões.[83 As] heurísticas requerem pouco pensamento consciente; passamos pela vida, aplicando-os sem pensar ao problema em questão. Normalmente, eles são atalhos eficientes, mas como acontece com todas as habilidades cognitivas humanas, às vezes eles nos levam ao erro.

heurísticas:

atalhos mentais que fornecem regras gerais para orientar a resolução de problemas e a tomada de decisões

Vejamos três das heurísticas mais comuns: a *heurística de representatividade* , a *heurística de disponibilidade* e a *heurística de afeto* .

A heurística da representatividade Quando focamos nas semelhanças de superfície para fazer inferências, estamos usando a heurística da representatividade. Sabemos que produtos de alta qualidade costumam ser caros; portanto, se algo é caro, inferimos que é melhor do que algo mais barato. Meu amigo Oliver sempre escolherá um vinho caro, supondo que ele goste mais do que um menos caro.Ele está usando apenas uma fonte de informação (preço) entre muitas outras nas quais ele pode ter se concentrado.

Da mesma forma, ao escolher um cereal, podemos confiar em sua embalagem para inferir o quão saudável ele é. *Lucky Charms* vem em uma caixa vermelha adornada com um duende de desenho animado polvilhando açúcar que se parece com estrelas cintilantes sobre pedaços de marshmallow rosa e roxo. Mas o *Granola 100% Natural* vem em uma caixa com uma tigela de cereal marrom claro contra um fundo de grãos de madeira com hastes de grãos não processados, e seu nome diz "natural". É mais saudável do que *Lucky Charms* ? Não.[84] *Relatórios de consumidores* descobriram que ratos jovens, que têm necessidades nutricionais muito semelhantes às dos humanos, prosperaram com uma dieta de *Lucky Charms* , enquanto uma dieta de *Granola 100% Natural* na verdade retardou seu crescimento. A boa impressão na caixa relatados com precisão todo o seu conteúdo não saudáveis, mas a própria embalagem falsamente *representado* o conteúdo como sendo saudável. Essa é a heurística de representatividade em ação.

A heurística de disponibilidade A **heurística de disponibilidade** é a tendência de prever a probabilidade de um evento, ou julgar o quão arriscado é, com base na facilidade de trazer à mente exemplos específicos. Mais pessoas morrem nos Estados Unidos em

decorrência de ataques de tubarões ou da queda de peças de aviões? Mais pessoas morrem devido a incêndios ou afogamento? Quem mata mais americanos, terroristas ou crianças? A esmagadora maioria das pessoas responde que as mortes por ataques de tubarões e incêndios são mais comuns do que as mortes por queda de peças de aviões e afogamento. No entanto, ambas as respostas estão erradas. E apesar do medo generalizado do terrorismo na América, as estatísticas atuais mostram que as pessoas têm muito mais probabilidade de serem mortas a tiros por uma criança do que morrer em um ataque terrorista. As respostas erradas, no entanto, estão mais "disponíveis" em nossas mentes, por causa das imagens vívidas que vimos ou podemos imaginar de tubarões assustadores, terroristas e incêndios. O que quer que venha à mente mais prontamente parecerá intuitivamente mais provável de ocorrer, mesmo que esses eventos sejam raros. Confundimos sua disponibilidade na memória com sua frequência no mundo. Os ataques de tubarão podem ser raros, mas são assustadores e fáceis de visualizar.

heurística de disponibilidade:

uma regra mental que se refere a julgamentos baseados em quão fácil é para nós trazer exemplos específicos à mente

O priming pode aumentar as imagens que estão disponíveis para nós. Se você pedir às pessoas que façam uma estimativa do número de crimes violentos cometidos a cada ano nos Estados Unidos, obterá respostas muito diferentes, dependendo de quanta mídia consomem e dos programas que assistem. Os noticiários da TV costumam ser baseados no mantra "Se sangra, leva" - o último desastre, tiroteio ou outra tragédia dará início ao programa. Porque o crime e a violência desempenham um papel dominante nomídia, muitas vezes retratada de forma horripilante, a disponibilidade cognitiva do crime para os espectadores aumenta. É por isso que as pessoas que assistem a dramas policiais e noticiários de televisão tendem a superestimar a taxa de criminalidade. Quanto mais eles assistem, mais temerosos eles ficam.[85]

A heurística de disponibilidade também afeta a forma como nos vemos e as coisas em que acreditamos. Se pudermos lembrar e processar informações com fluência ou facilidade, parece-nos "mais verdadeiro" do que se tivéssemos que lutar para avaliar sua veracidade. Em uma demonstração simples, as pessoas que liam argumentos impressos em uma fonte clara e fácil de ler tinham mais probabilidade de acreditar no que liam do que aquelas que liam as mesmas palavras impressas em uma fonte borrada e difícil de ler.[86] Declarações que rimam ou "saem da boca" são consideradas mais verdadeiras do que aquelas que dizem a mesma coisa, mas são menos felizes.[87]

E quanto mais familiarizados estivermos com uma declaração ou ideia, mais disponível ela estará para nós. Simplesmente ouvir uma afirmação repetida continuamente - até mesmo a mentira mais vil - a torna mais familiar para as pessoas, aumentando sua crença de que, se é familiar, deve ser verdade. A heurística de disponibilidade é geralmente benigna e frequentemente útil, mas tem uma desvantagem sombria quando nos leva a decidir o que é verdadeiro e correto não com base no mérito lógico de uma afirmação, mas em sua facilidade de recuperação: um perigo não intencional da Internet é que tudo de alegações de conspiração a conselhos médicos pseudocientíficos, repetidos incessantemente, podem florescer sem controle. Como William James disse em 1890:

"Não há nada tão absurdo que não possa ser acreditado como verdade se repetido com frequência suficiente." Essa observação foi implementada pela máquina de propaganda nazista e ficou conhecida como a Grande Mentira.

O efeito heurístico Eu gosto dessa pessoa? Como me sinto sobre essa ideia? Nossos sentimentos são fontes valiosas de informação, portanto, quando acessamos nossos sentimentos para moldar nossas avaliações de pessoas ou ideias, estamos usando uma heurística de afeto. Se você está de mau humor, é provável que avalie um candidato a um emprego de maneira mais negativa do que se estivesse de bom humor. Se algo o deixa ciente de seu bom ou mau humor antes de fazer o julgamento, entretanto, é menos provável que seu humor influencie sua avaliação.[88]

Nossos sentimentos duradouros em relação às pessoas influenciam como julgamos suas ações. Anthony Pratkanis certa vez pediu a estudantes universitários que identificassem qual das duas afirmações sobre o ex-presidente Ronald Reagan era verdadeira:

a. Reagan manteve uma média A no Eureka College.
b. Reagan nunca atingiu a média acima de C no Eureka College.

Poucos alunos realmente sabiam quais eram as notas de Reagan na faculdade; suas respostas dependiam de seus sentimentos por ele. Os alunos que gostavam de Reagan eram mais propensos a pensar que ele era um aluno A; aqueles que não gostavam dele acreditavam que ele era um aluno C. Esse fenômeno às vezes é chamado de *efeito halo* , uma tendência em que um sentimento favorável ou desfavorável colore inferências específicas e expectativas futuras sobre uma pessoa. Da mesma forma, olhamos para dentro e consultamos nossos sentimentos para prever como os outros agirão. Se não conhecermos as pessoas envolvidas, geralmente presumimos que elas se sentirão como nós e como nós, e que concordarão conosco em qualquer assunto.

A heurística de afeto pode ser benéfica - por exemplo, permitindo-nos agir rapidamente em uma situação incerta ou perigosa. Mas também pode nos enganar, impedindo-nos de avaliar o risco com precisão. Um engenhoso estudo de campo observou como as pessoas na França responderam à crise da “vaca louca” ocorrida anos atrás. (A doença da vaca louca afeta o cérebro e pode ser contraída ao comer carne de vacas contaminadas.) Sempre que artigos de jornal relatavam os perigos da “doença da vaca louca”, o consumo de carne bovina caía durante o mês seguinte. Mas quando artigos de notícias, relatando os mesmos perigos, usaram os nomes técnicos da doença - doença de Creutzfeldt-Jakob e encefalopatia espongiforme bovina - o consumo de carne bovina permaneceu o mesmo. O rótulo alarmante levou as pessoas a raciocinar emocionalmente e superestimar o perigo. E, afinal, a imagem de uma “vaca louca” - aquela criatura plácida enlouquecida! - está altamente “disponível” cognitivamente. Mas durante todo o período da suposta crise, apenas seis pessoas na França foram diagnosticadas com a doença.[89]

Quando usamos heurísticas? Felizmente, não precisamos depender de atalhos cognitivos. Na hora de comprar cereal, podemos ler atentamente os ingredientes na caixa de cereal ou consultar a web; quando votamos, podemos raciocinar cuidadosamente sobre uma questão e estudar o histórico e as realizações de um político; e podemos nos esforçar para evitar o viés de confirmação reunindo evidências de fontes imparciais nas quais normalmente não confiamos. Por estarmos cientes de como essas heurísticas

podem nos levar a fazer escolhas erradas, podemos tomar medidas para neutralizá-las. Os psicólogos identificaram várias condições sob as quais estamos mais propensos a confiar em heurísticas em vez de tomadas de decisão racionais:[90]

- quando não temos tempo para pensar cuidadosamente sobre um assunto;
- quando estamos tão sobrecarregados com informações que se torna impossível processá-las totalmente;
- quando as questões em jogo não são muito importantes para nós;
- quando não temos o conhecimento necessário para tomar uma decisão fundamentada; e
- quando permitimos que nossas emoções e pensamentos positivos atrapalhem.

Viagem mental no tempo: preconceitos em prever o futuro e relembrar o passado

Às vezes parece que os seres humanos passam metade do tempo pensando no passado e a outra metade imaginando o futuro. De qualquer forma, cometemos erros.

Predição construtiva Prever como certos resultados nos farão sentir determina as metas que estabelecemos e os riscos que estamos dispostos a correr. Na verdade, sempre que buscamos obter algo (seja um sanduíche, um emprego ou um divórcio), estamos essencialmente fazendo uma aposta de que obtê-lo nos deixará felizes, ou pelo menos mais felizes. No entanto, muitas vezes fazemos previsões sobre nós que estão totalmente erradas.[91] Superestimamos o impacto emocional de eventos futuros e quanto tempo durarão nossas reações, sejam os eventos positivos ou negativos.

Em um estudo, os estudantes universitários foram questionados sobre o quão felizes ou infelizes eles imaginavam que se sentiriam após serem designados aleatoriamente para morar em um dormitório que eles consideravam "desejável" ou "indesejável". Os alunos previram que suas atribuições no dormitório teriam um grande impacto em seu nível geral de felicidade e que ser atribuído a um dormitório indesejável basicamente destruiria sua satisfação durante todo o ano. Na verdade, um ano depois, todos tinham níveis quase idênticos de felicidade, não importando onde morassem. Talvez os dormitórios indesejáveis acabassem, inesperadamente, por ter pessoas legais morando neles? Não. Os alunos se concentraram nos fatores errados ao prever seus futuros sentimentos de felicidade; eles deram muito mais importância à aparência do dormitório e à sua localização do que aos seus habitantes. Mas, na verdade, são as pessoas que tornam um lugar divertido ou desagradável de se morar, e todos os dormitórios tinham gente simpática. Como os alunos não podiam prever isso, ou o quanto eles gostariam de seus novos companheiros de dormitório, eles previram mal sua felicidade futura.[92]

Por que erramos? Um dos motivos é que nos ajustamos a eventos felizes e tristes em nossas vidas, mas deixamos de reconhecer nossos poderes de ajuste quando construímos mentalmente como será o nosso futuroe sinto vontade. Outra razão é que, quando imaginamos o futuro, tendemos a nos concentrar apenas no evento em questão e deixar de considerar todas as outras coisas que sem dúvida ocorrerão ao mesmo tempo

para tirar o ferrão do fracasso ou diluir nossa felicidade. Então, imaginamos que o casamento, ganhar na loteria ou ficar famoso nos manterá tontos de felicidade por muito tempo, ou que perder o emprego ou ser rejeitado nos devastará para sempre, apesar do fato de que o prazer ou a dor que esses eventos trazem irão desaparecer com tempo.

Nossa incapacidade de prever o futuro pode causar problemas, especialmente quando fazemos planos com muita antecedência. “O que eu estava pensando quando pensei que seria uma boa ideia fazer três aulas de ciências no mesmo semestre? Estou me afogando em trabalho aqui! ” Visto de hoje, o futuro parece diferente do presente, da mesma forma que os objetos parecem menores à distância. Imaginamos o futuro em um nível abstrato e estamos mais preocupados em quão *desejável é* nossa previsão do que em quão *viável* ela é. À distância, você pode achar que parece uma ótima ideia fazer três aulas de ciências no mesmo semestre e dar um grande salto na sua especialização, mas provavelmente não está pensando em como isso pode ser difícil, logisticamente e pragmaticamente. Em um estudo conduzido por Nira Liberman e Yaacov Trope,[93] alunos foram mais propensos a tomar uma decisão sobre assistir ou não a um concerto com base no quanto eles achavam que iriam gostar do concerto, em vez de em quão viável seria assistir ao concerto. (Eles poderiam pagar pelos ingressos? Seria difícil chegar lá?) Essa desconsideração pela viabilidade leva a um planejamento ineficaz. Ao fazer planos, você pode evitar muitos sofrimentos se estiver atento à tendência humana de considerar o futuro mais otimista do que o presente.

Memória reconstrutiva As pessoas adoram acreditar que as memórias estão inseridas com precisão ou enterradas em algum lugar da mente e podem ser relembradas por meio de drogas ou hipnose. Infelizmente, não há registro exato de eventos passados em nossas memórias que possamos acessar com um botão de retrocesso nem, para usar essa metáfora de computador incorreta, eles são codificados digitalmente. Pelo contrário, lembrar é um processo reconstrutivo. Nossas memórias são mais fortemente influenciadas não pelo que realmente aconteceu *no passado,* mas pelo que estamos pensando sobre esses eventos *no presente* . Nós recriamos nossas memórias a partir de pedaços de eventos reais filtrados e modificados por nossosnoções sobre o que poderia ter sido, o que deveria ter sido ou como gostaríamos que as coisas fossem.

Nossas memórias estão em constante revisão e são influenciadas pelo que outras pessoas nos contam sobre o evento passado, por fotos e por boatos. Elizabeth Loftus, uma psicóloga cognitiva proeminente, conduziu um programa fascinante de pesquisa sobre memória reconstrutiva,[94] investigando como o questionamento sugestivo, com as palavras mais sutis, pode influenciar a memória e o testemunho ocular subsequente. Em um de seus experimentos,[95] Loftus mostrou às pessoas um filme que retratava um acidente de carro múltiplo. Depois do filme, alguns foram questionados: "Sobre a velocidade com que os carros estavam indo quando se chocaram?" A mesma pergunta foi feita a outros, mas a palavra *esmagado* foi substituída pela palavra *hit* . Aqueles que foram questionados sobre como destruir carros, em vez de bater em carros, estimaram que os carros estavam indo significativamente mais rápido. Além disso, uma semana depois de ver o filme, eles estavam mais propensos a afirmar, erroneamente, que havia vidros quebrados no local do acidente. Em outro estudo, Loftus mostrou aos alunos uma série de slides retratando um acidente envolvendo um automóvel e um pedestre.[96] Em um

slide crítico, um carro verde foi mostrado passando pelo acidente. Imediatamente depois de ver os slides, perguntou-se a metade dos alunos: “O carro *azul* que passou pelo acidente tinha um suporte para esquis no teto?” A outra metade foi feita a mesma pergunta, mas com a palavra *azul* excluída. Aqueles que foram questionados sobre o carro “azul” eram mais propensos a afirmar incorretamente que tinham visto um carro azul. Uma simples mudança de palavra na pergunta alterou suas memórias.

Memória autobiográfica A memória não é apenas reconstrutiva quando envolve eventos rápidos e instantâneos, como os detalhes de um acidente automobilístico, mas também quando envolve algo mais duradouro, como a nossa própria história. Grandes distorções ocorrem com o tempo, e essas revisões da memória autobiográfica não são aleatórias. Em vez disso, construímos memórias para se encaixar na imagem que temos de nós mesmos. Graças ao viés de confirmação, é mais provável que nos lembremos de memórias que confirmam nossa crença.

Por exemplo, quando as pessoas têm uma narrativa de suas infâncias como tendo sido infelizes, quaisquer eventos que violem essa imagem (digamos, aquelas ótimas férias em família na Disney World) serão mais difíceis de lembrar do que eventos que as sustentam. Se eles têm bons relacionamentoscom seus pais agora, suas memórias de infância serão mais doces do que sentiam na época (digamos, eles esquecem como ficaram bravos com seus pais por não terem permissão para ir à Disney com um amigo de infância). Com o passar dos anos, à medida que as pessoas buscam memórias que confirmem suas crenças atuais sobre seus pais e rejeitam e esquecem aquelas que “não se encaixam”, suas memórias se tornam cada vez mais coerentes e menos precisas. Dessa forma, todos nós reescrevemos nossas histórias pessoais. Não é necessariamente que estejamos mentindo sobre nosso passado; simplesmente não nos lembramos de uma maneira que se encaixa em nossos esquemas.[97]

Elizabeth Loftus levou essa linha de pesquisa um passo adiante. Ela mostrou que é possível - na verdade, relativamente fácil - plantar falsas memórias de experiências de infância nas mentes de jovens adultos simplesmente por ter um parente próximo falando sobre esses eventos como fatos.[98] Por exemplo, se a irmã mais velha de um rapaz lhe dissesse: “Lembra-se da época em que você tinha cinco anos e se perdeu por várias horas no shopping University City? E você entrou em pânico - e um velho tentou ajudá-lo? Quando descobrimos você, você estava segurando a mão do velho e chorando. ” Poucos dias depois de ouvir tal história, a maioria das pessoas terá incorporado essa falsa memória plantada em sua própria história, terá bordado com detalhes ("Oh, sim, o velho que me ajudou estava vestindo uma camisa de flanela"), e terá a certeza absoluta de que aconteceu - quando, de fato, não aconteceu.

Uma das descobertas surpreendentes nesta pesquisa é como a heurística do afeto pode ser extremamente enganosa quando se trata de memórias. As pessoas podem se sentir absolutamente confiantes de que as memórias plantadas são reais e estar absolutamente erradas. Estudo após estudo, a confiança em uma memória acaba sendo um guia pobre para sua autenticidade.[99]

Acho que um aspecto da memória autobiográfica é especialmente útil para os alunos. Você se lembra da discussão sobre o preconceito egocêntrico? Há uma lição aqui para

você: uma das melhores maneiras de relembrar o material deste livro é relacioná-lo com suas experiências pessoais - pensar como ele se aplica a você.

Vivendo com o avarento cognitivo interno

Não quero que você pare de ler este capítulo com a impressão de que os seres humanos são total e irremediavelmente irracionais. A mensagem para levar para casa é que nascemos com a capacidade de ser irracionais *e* racionais, e que mesmo nossos preconceitos podem seradaptativo. Ser avarento cognitivo nos traz uma série de benefícios, mas esses benefícios têm um preço: uma imagem um tanto distorcida de você mesmo e do mundo. Desde que persistir em nossa maneira inicial de ver as coisas e de tomar decisões não nos coloque em grandes problemas, nossa avareza cognitiva pode nos ajudar ao longo do dia com eficiência máxima e esforço mínimo.

Steve Jobs, o lendário fundador da Apple, disse ter um "campo de distorção da realidade" que lhe permitia ver e lembrar as coisas como ele desejava, incluindo a fé em sua capacidade de fazer produtos "incrivelmente excelentes" que as pessoas usariam linha para.[100] Sem seu otimismo, combinado com criatividade e perfeccionismo implacável, a Apple poderia ter desistido antes de desenvolver o iPhone, o que fez da Apple a empresa mais valiosa do mundo. Mas o mesmo “campo de distorção da realidade” que manteve Jobs inovando também o levou a adiar o tratamento médico para seu câncer de pâncreas, que foi diagnosticado em um estágio inicial tratável. Ele acreditava que poderia curá-lo com uma dieta vegana. Ele não podia.

Para mim, pessoalmente, um dos aspectos mais fascinantes do animal social é a necessidade de nos vermos como pessoas boas, inteligentes e sensatas - e observar como essa necessidade frequentemente nos leva a fazer coisas e adotar crenças que não são nem boas nem inteligentes nem sensato. A tendência humana para a autojustificação é tão importante e multifacetada que merece um capítulo só para ela. Eu volto para esse capítulo agora.

3 Auto-justificativa

Saul Steinberg, *desenho sem título* , tinta sobre papel.

Originalmente publicado na *The New Yorker* , 16 de fevereiro de 1963.

Imagine a seguinte cena: Um jovem chamado Sam está sendo hipnotizado. O hipnotizador dá a Sam uma sugestão pós-hipnótica, dizendo-lhe que, quando o relógio bater 4:00, ele irá (1) ir até o armário, pegar sua capa de chuva e galochas e vesti-los; (2) pegar um guarda-chuva; (3) caminhar oito quarteirões até o supermercado e comprar seis garrafas de bourbon; e (4) voltar para casa. Sam fica sabendo que, assim que ele entrar novamente em seu apartamento, ele irá “sair dessa” e voltar a ser ele mesmo.

Quando o relógio marca 4h, Sam vai imediatamente para o armário, veste sua capa de chuva e galochas, agarra seu guarda-chuva e sai pela porta em sua busca por bourbon. Existem algumas coisas estranhas sobre esta missão: (1) é um dia ensolarado sem uma nuvem no céu; (2) há uma loja de bebidas a meio quarteirão de distância que vende bourbon pelo mesmo preço do supermercado a oito quarteirões de distância; e (3) Sam não bebe.

Sam chega em casa, abre a porta, entra novamente em seu apartamento, sai de seu transe e se descobre parado ali em sua capa de chuva e galochas, com seu guarda-chuva em uma das mãos e um grande saco de garrafas de bebida na outra. Ele parece momentaneamente confuso. Seu amigo, o hipnotizador, diz: "Ei, Sam, onde você esteve?"

“Oh, vamos para a loja,” Sam diz.

"O que você comprou?"

"Hum ... hum ... parece que comprei este bourbon."

"Mas você não bebe, não é?"

"Não, mas ... hum ... hum ... vou me divertir muito durante as próximas semanas, e alguns de meus amigos fazem."

"Como é que você está usando toda essa capa de chuva em um dia tão ensolarado?"

“Bem ... na verdade, o tempo está bastante mutável nesta época do ano, e eu não queria arriscar.”

“Mas não há uma nuvem no céu.”

"Bem, você nunca pode dizer."

"A propósito, onde você comprou a bebida?"

“Oh, heh, heh. Bem, hum ... no supermercado. ”

"Como você foi tão longe?"

"Bem, hum ... hum ... foi um dia tão bom, pensei que seria divertido fazer uma longa caminhada."

As pessoas são motivadas a justificar suas próprias ações, crenças e sentimentos. Quando eles fazem algo, eles tentam, se possível, convencer a si mesmos (e aos outros) de que é uma coisa lógica e razoável a se fazer. Não *era* uma boa razão para que Sam fez essas coisas bobas - ele estava hipnotizado. Mas porque Sam não estava ciente das instruções pós-hipnóticas e porque era difícil para ele aceitar o fato de que era capaz de se comportar de maneira absurda, ele fez de tudo para convencer a si mesmo (e a seu amigo) de que havia um método para sua loucura, que suas ações fossem perfeitamente sensatas. Como vimos no Capítulo 2 , muito de nosso comportamento é governado por fatores dos quais não temos consciência. Então, quando pressionados a explicar nossas ações, tentamos construir uma história que faça sentido, mas ao mesmo tempo satisfaça nosso desejo de ter uma boa aparência para nós mesmos e para os outros. Essa é a essência da **autojustificação** .

justificativa própria:

a tendência de justificar as próprias ações para manter a autoestima

Digamos que você esteja no meio de um desastre natural, como um terremoto. Ao seu redor, edifícios estão caindo e pessoas estão sendo feridas e mortas. Você está assustado. Você precisa buscar uma razão ou justificativa para o seu medo? Certamente não. A evidência está ao seu redor; as pessoas feridas e os prédios destruídos são amplas explicações para o seu medo. Mas suponha que o terremoto tenha ocorrido em uma cidade vizinha. Você sentiu os tremores e está ouvindo histórias sobre os danos que ocorreram ali. Voce esta com medo, mas voce estanão no meio da área devastada; nem você nem as pessoas ao seu redor foram feridos, e nenhum prédio em sua cidade foi danificado. Você precisaria de razões adicionais para explicar por que ainda está com medo? sim. Assim como nosso amigo hipnotizado de capa de chuva e galochas, você estaria motivado para entender seus sentimentos. Como você não vê nada para temer nas proximidades, você se sentiria inclinado a gerar motivos para ficar louco de medo.

Este exemplo não é hipotético; na verdade, ocorreu na Índia. Após um terremoto, os investigadores coletaram e analisaram os rumores que estavam sendo espalhados entre aqueles que viviam onde o terremoto havia ocorrido e aqueles que moravam nas proximidades. O que eles descobriram foi surpreendente: Jamuna Prasad,[1] um psicólogo indiano, descobriram que as pessoas que vivem nas aldeias vizinhas de distância do epicentro - isto é, aqueles que podia sentir os tremores, mas não estavam em perigo iminente - começaram a espalhar rumores de morte iminente: A inundação foi correndo em direção a eles; 26 de fevereiro seria um dia de dilúvio e destruição; outro forte terremoto explodiria no dia do eclipse lunar; um ciclone atingiria dentro de alguns dias; e outras calamidades imprevisíveis estavam no horizonte.

Por que diabos as pessoas iriam inventar, acreditar e comunicar essas histórias? Essas pessoas eram masoquistas? Eles eram paranóicos? Claramente, espalhar rumores sobre desastres iminentes não encorajaria as pessoas a se sentirem calmas e seguras. Uma explicação é que as pessoas estavam terrivelmente assustadas, mas como não tinham ampla justificativa para esse medo, inventaram a sua própria - o que os poupou de se sentirem tolos. Afinal, se um ciclone está a caminho, não é perfeitamente razoável que eu esteja com os olhos arregalados de medo? Essa explicação foi reforçada pelo estudo de rumores de Durganand Sinha.[2] Sinha investigou os rumores espalhados em uma aldeia indígena após um desastre de magnitude semelhante. A principal diferença entre a situação no estudo de Prasad e no estudo de Sinha era que as pessoas estudadas por Sinha haviam experimentado diretamente a destruição e testemunhado os danos. Eles estavam com medo, mas tinham boas razões para estar; eles não tinham necessidade de buscar justificativas adicionais para seus temores. Assim, seus rumores não continham nenhuma previsão de desastre iminente e nenhum exagero sério. Na verdade, os rumores eram reconfortantes, como aquele que previa (falsamente) que o abastecimento de água seria restaurado em pouco tempo.

A Teoria da Dissonância Cognitiva

Inspirado por essas descobertas, Leon Festinger desenvolveu uma poderosa teoria da motivação humana que chamou de teoria da **dissonância cognitiva** .[3] É uma teoria notavelmente simples, mas, como veremos, o alcance de sua aplicação é enorme.

Festinger descreveu a dissonância cognitiva como um estado de tensão que ocorre quando um indivíduo possui simultaneamente duas cognições (ideias, atitudes, crenças, opiniões) que são psicologicamente inconsistentes. Duas cognições são dissonantes se o oposto de uma decorre da outra. Como a experiência de dissonância cognitiva é desagradável, as pessoas são motivadas a reduzi-la; isso é análogo aos processos envolvidos na redução de impulsos como fome ou sede - exceto que, aqui, a força motriz surge mais do desconforto cognitivo do que da necessidade fisiológica. Ter duas ideias que se contradizem é flertar com o absurdo e, como observou o filósofo existencialista Albert Camus, os humanos são criaturas que passam a vida tentando se convencer de que sua existência não é absurda.

dissonância cognitiva:

um estado de tensão que ocorre sempre que um indivíduo mantém simultaneamente duas cognições (ideias, atitudes, crenças, opiniões) que são psicologicamente inconsistentes

Como nos convencemos de que nossas vidas não são absurdas? Ou seja, como podemos reduzir a dissonância cognitiva? Fazemos isso alterando uma ou ambas as cognições de forma a torná-las mais compatíveis (mais consoantes) entre si ou adicionando mais cognições que ajudam a preencher a lacuna entre as cognições originais.

Deixe-me dar um exemplo que é, infelizmente, muito familiar para muitas pessoas. Suponha que uma pessoa adore fumar e veja uma mensagem antifumo. O fumante experimenta dissonância: a cognição "Eu fumo cigarros" é dissonante com a cognição "Fumar é uma das principais causas de câncer de pulmão e não é saudável por muitos outros motivos." A maneira mais inteligente e eficiente para essa pessoa reduzir a dissonância é parar de fumar. A cognição “Fumar cigarros causa câncer” está em consonância com a cognição “Eu não fumo”.

Mas, para a maioria das pessoas, não é fácil parar de fumar. Imagine Sally, uma fumante de longa data. O que ela fará para reduzir a dissonância? Com toda probabilidade, ela tentará trabalhar na outra cognição: “Fumar causa câncer”. Sally pode tentar fazer pouco caso das evidências que ligam o tabagismo às doenças, confortando-se com o pensamento de que a ciência médica é imperfeita. Afinal, ela poderia dizer, os cientistas não estão sempre mudando de ideia sobre o que é bom para você? Ela pode procurar pessoas inteligentes que fumam e, ao fazê-lo, se convencer de que, se Debbie, Nicole e Larry fumam, não pode ser tão prejudicial. Sally pode mudar para uma marca ultraleve ou orgânica e se iludir achando que é mais saudável. Finalmente, ela pode adicionar cognições que estão em consonância com fumar, na tentativa de tornar o comportamento menos absurdo, apesar de seu perigo. Ela pode aumentar o valor que atribui ao fumo, decidindo que fumar não é apenas prazeroso, mas essencial para o relaxamento: “Posso levar uma vida mais curta, mas será mais agradável”. Ou ela pode tentar transformar o tabagismo em virtude, desenvolvendo uma auto-imagem romântica e despreocupada, desprezando o perigo do fumo.[4] Sally pode justificar seu comportamento minimizando cognitivamente seu perigo ou exagerando sua importância em sua vida. Ela pode encontrar alívio modificando uma atitude existente, construindo uma nova ou fazendo um

pouco de ambos. Todos esses esforços reduzem a dissonância, minimizando o absurdo de namorar a doença.

Em 1964, cerca de metade da população americana fumava cigarros. Com a divulgação, naquele ano, do relatório do Surgeon General, que alertava a população para os perigos do tabagismo, foi realizada uma pesquisa[5] para avaliar as reações das pessoas às novas evidências que ligam o tabagismo ao câncer. Os não fumantes acreditaram de forma esmagadora no relatório de saúde; apenas 10 por cento duvidavam que fumar causasse a doença. Os fumantes, no entanto, desacreditaram o relatório. Quarenta por cento dos fumantes inveterados duvidam que uma ligação tenha sido comprovada. Eles também estavam mais aptos a racionalizar seu hábito: mais de duas vezes mais fumantes do que não fumantes concordam que a vida é cheia de perigos e que fumantes e não fumantes adoecem.

Os fumantes também podem reduzir a dissonância, minimizando a extensão de seu hábito. Outro estudo com pessoas que fumavam entre um e dois maços de cigarros por dia descobriu que 60% se consideravam fumantes “moderados”; os 40% restantes se consideravam fumantes inveterados.[6] Como podemos explicar essas diferentes autopercepções? Pessoas que se consideravam moderadas estavam mais conscientes dos efeitos nocivos do fumo a longo prazo do que aquelas que se autodenominavam fumantes inveterados. Os moderados aparentemente reduziram a dissonância convencendo-se de que fumar um ou dois maços por dia não é tanto assim. Afinal, *moderado* e *pesado* são termos subjetivos.

Agora imagine a situação dos fumantes de cigarros que sabem que são fumantes inveterados, sabem que fumar é prejudicial e, portanto, tentam parar de fumar, mas fracassam. O que essas pessoas fazem?Para descobrir, Rick Gibbons e seus colegas[7] estudaram fumantes pesados que frequentaram uma clínica para parar de fumar, pararam de fumar por um tempo, mas depois tiveram uma recaída. Eles simplesmente engoliram em seco e se prepararam para ficar doentes e morrer? De jeito nenhum. Em vez disso, eles reduziram a dissonância de uma maneira diferente: convencendo-se de que fumar não é tão ruim quanto pensavam inicialmente. Da mesma forma, um estudo que acompanhou o progresso de 135 alunos que fizeram as resoluções de ano novo apóia essa observação.[8] Indivíduos que quebraram suas resoluções - parar de fumar, perder peso ou fazer mais exercícios - inicialmente se sentiram mal, mas, depois de um curto período, conseguiram minimizar a importância da resolução.

Os fumantes, é claro, têm apenas a sua própria saúde com que se preocupar (e a dos fumantes passivos com os quais possam conviver). Mas e se você for um dos principais executivos de uma grande empresa de cigarros e, portanto, em uma situação de máximo comprometimento com a venda de cigarros em todo o mundo. Se é verdade que fumar causa câncer, então, de certa forma, você é parcialmente responsável pela doença e morte de milhões de pessoas. Essa compreensão produziria um doloroso grau de dissonância. Sua cognição "Eu sou um ser humano decente e gentil" seria dissonante com a sua cognição "Estou contribuindo para a morte prematura de milhões de pessoas." Para reduzir essa dissonância, você deve tentar se convencer de que fumar é seguro - o que não é uma tarefa fácil, visto que você é freqüentemente confrontado com retórica antifumo e acusações de que é mau. Você também deve refutar a montanha de

evidências científicas que documentam uma ligação entre cigarros e doenças. Além disso, para aumentar sua descrença nas evidências, você pode fumar um ou dois maços por dia. Se sua necessidade for grande o suficiente, você pode até conseguir se convencer de que os cigarros são bons para as pessoas. Portanto, para se ver como sábio, bom e certo, você age de maneira estúpida, errada e prejudicial à sua saúde.

Esta análise parece tão fantástica que é quase inacreditável - quase. Em 1994, o Congresso conduziu audiências sobre os perigos do fumo. Nessas audiências, os principais executivos de todas as grandes empresas de tabaco admitiram que eram fumantes e argumentaram descaradamente que os cigarros não são mais prejudiciais ou viciantes do que jogar videogame ou comer Twinkies! Em uma audiência subsequente em 1997, James J. Morgan, presidente e CEO da Philip Morris, a principal fabricante de cigarros dos Estados Unidos, disse que os cigarros não são farmacologicamente viciantes. “Olha eu gostoursinhos de goma e eu como ursinhos de goma. E não gosto quando não como ursinhos de goma ”, disse Morgan. “Mas certamente não sou viciado neles.”[9]

É possível que Morgan estivesse mentindo. Mas acho que o que ele disse é mais complicado do que isso. Meu palpite é que, com o tempo, pessoas como Morgan começam a acreditar em suas próprias mentiras, em um esforço para enganar a *si mesmas* .[10]

O engano das pessoas pode até levar diretamente à autodestruição. Em 1997, trinta e nove membros do Heaven's Gate, um obscuro culto religioso, foram encontrados mortos em uma luxuosa propriedade em Rancho Santa Fe, Califórnia, participantes de um suicídio em massa. Várias semanas antes, alguns membros do culto entraram em uma loja especializada e compraram um telescópio caro de alta potência para que pudessem ter uma visão mais clara do cometa Hale-Bopp e da nave que eles acreditavam fervorosamente que estava viajando atrás dele. Eles estavam convencidos de que quando o cometa se aproximasse da Terra, seria hora de se livrarem de seus “recipientes terrestres” (seus corpos) matando-se, para que sua essência pudesse ser captada pela nave espacial. Poucos dias depois de comprar o telescópio, eles o trouxeram de volta à loja e pediram educadamente o reembolso. Quando o gerente perguntou por quê, eles reclamaram que o telescópio estava com defeito: “Encontramos o cometa bem, mas não conseguimos encontrar a nave que o está seguindo”. Desnecessário dizer que não havia nave espacial. Mas se você está tão convencido da existência de uma nave espacial que está pronto para morrer para viajar nela, mas seu telescópio não a revela, então obviamente deve haver algo errado com o telescópio!

Os membros do Heaven's Gate podem ter tido uma convicção tragicamente equivocada, mas iluminam uma contribuição científica central da teoria da dissonância: não ao contrário dos membros de seitas, sempre que sentimos uma forte lealdade a uma religião, partido político, líder carismático ou ideologia, nós também são capazes de apresentar todos os tipos de distorções das evidências quando essas lealdades são desafiadas pelos fatos. Lenny Bruce, um comediante perspicaz e comentarista social (que quase certamente nunca leu sobre a teoria da dissonância cognitiva), teve o seguinte insight sobre a campanha para as eleições presidenciais de 1960 entre Richard Nixon e John F. Kennedy:

Eu estaria com um monte de fãs de Kennedy assistindo ao debate, e o comentário deles seria: “Ele está realmente massacrando Nixon”. Então, íamos todos para outro apartamento, e os fãs de Nixon iriamdiga: “O que você achou da goma que ele deu a Kennedy?” E então percebi que cada grupo amava seu candidato, então um cara teria que ser tão espalhafatoso - ele teria que olhar para a câmera e dizer: “Eu sou um ladrão, um bandido, está me ouvindo? Eu sou a pior escolha que você poderia fazer para a presidência! ” E mesmo assim seus seguidores diriam: “Agora há um homem honesto para você. É preciso ser um cara grande para admitir isso. Esse é o tipo de cara que precisamos para presidente. ”[11]

Mais de cinquenta anos depois, o candidato à presidência Donald Trump se maravilhou com a mesma lealdade incondicional de seus próprios apoiadores: “Eu poderia ficar no meio da Quinta Avenida e atirar em alguém e não perderia nenhum eleitor, certo? É, tipo, incrível. ”[12]

Redução de dissonância e comportamento irracional

A dissonância cognitiva resulta do choque de dois motivos fundamentais: nosso esforço para estar certo, que nos motiva a prestar muita atenção ao que as outras pessoas estão fazendo e a dar ouvidos aos conselhos de comunicadores confiáveis; e nosso esforço para acreditar que *estamos* certos (e sábios, e decentes e bons). Às vezes, nossa motivação para *estar* certo e nossa motivação para acreditar que *estamos* certos funcionam na mesma direção: buscamos informações (por exemplo, sobre os riscos de fumar) e prestamos atenção. Mas a teoria da dissonância cognitiva prevê que com mais frequência buscamos informações e depois as ignoramos se não gostamos do que aprendemos (e continuamos fumando). A compreensão da dissonância explica por que tanto do pensamento humano não é racional, mas *racionalizante* . Não importa o quão inteligentes sejam, as pessoas que estão no meio de reduzir a dissonância estão tão envolvidas em se convencer de que estão certas que frequentemente acabam se comportando de maneira irracional. Por “irracional”, quero dizer que seu comportamento não adaptativo pode impedi-los de aprender fatos essenciais ou de encontrar soluções reais para seus problemas.

Em laboratório, os pesquisadores demonstraram amplamente a irracionalidade dos esforços das pessoas para reduzir a dissonância. Suponha que você tenha fortes sentimentos sobre se a pena de morte impede ou não as pessoas de cometerem assassinatos. Eu agora lhe dou uma série de argumentos em ambos os lados da questão; alguns desses argumentos são plausíveis e outros são tolos. Quais argumentos você se lembrará melhor? Se você está pensando racionalmente, deve se lembrar melhor dos argumentos plausíveis e menos dos argumentos implausíveis,independentemente da sua posição. Mas o que a teoria da dissonância prevê? Um argumento tolo que apóia sua própria posição desperta certa dissonância porque levanta dúvidas sobre a sabedoria dessa posição ou a inteligência das pessoas que concordam com ela. Da mesma forma, um argumento sensato do outro lado da questão também desperta alguma dissonância porque levanta a possibilidade de que o outro lado possa ser mais inteligente ou mais preciso do que você pensava - ou, Deus nos livre, de que eles possam estar certos. Como esses argumentos despertam dissonância, tentamos não pensar neles. A teoria da dissonância prevê que as pessoas se lembrarão dos argumentos plausíveis concordando

com sua própria posição e dos argumentos *implausíveis* concordando com a posição *oposta* .[13]

Em um dos muitos estudos que demonstraram esse fenômeno, Charles Lord, Lee Ross e Mark Lepper[14] selecionaram vários alunos da Universidade de Stanford que se opunham à pena de morte e vários que a favoreciam. Eles mostraram aos alunos dois artigos de pesquisa que discutiam se a pena de morte tende a deter crimes violentos. Um estudo confirmou e o outro desmentiu as crenças existentes dos alunos. Se esses alunos fossem perfeitamente racionais, eles poderiam concluir que a questão é complexa e, consequentemente, os dois grupos de alunos poderiam se aproximar em suas crenças sobre a pena de morte. Mas a teoria da dissonância prediz que eles distorceriam os dois artigos, prendendo o artigo de confirmação em seus seios e saudando-o como uma confirmação brilhante de sua crença, enquanto encontravam falhas metodológicas ou conceituais no artigo que negava a confirmação e se recusavam a ser influenciados por ele. Foi exatamente isso o que aconteceu. Na verdade, em vez de se aproximarem de suas crenças depois de serem expostos a essa apresentação bilateral, os alunos discordaram mais fortemente do que antes. Esse processo provavelmente explica o fato de que, em questões como política e religião, pessoas profundamente comprometidas quase nunca verão as coisas do nosso jeito, por mais poderosos e equilibrados que sejam nossos argumentos.[15] Este estudo ilumina o estado do discurso político polarizado na América hoje.

A teoria da dissonância cognitiva explica por que uma boa parte do comportamento das pessoas não é racional - e por que, por dentro, elas pensam que é. Se você perguntar ao jovem hipnotizado por que ele usou capa de chuva em um dia ensolarado, ele dará uma resposta que considera razoável; se você perguntar ao vice-presidente da Philip Morris por que ele fuma, ele lhe dará um motivo que faz sentido para ele - ele lhe dirá como é bompara a saúde de todos ter um destruidor de estresse. Se você perguntar aos participantes do experimento da pena de morte por que se lembraram de um determinado conjunto de argumentos em vez de outros, eles insistirão que as evidências contra sua posição são falhas.

Nem é preciso dizer que todos somos capazes de nos comportar de maneira racional. Mas meu ponto é que todos nós somos capazes de nos comportar irracionalmente quando precisamos reduzir a dissonância. Veremos os dois lados do comportamento humano repetidamente à medida que discutirmos algumas das amplas ramificações de nossa necessidade de autojustificação. Comecemos com o processo de tomada de decisão, um processo que mostra os seres humanos em sua forma mais racional e mais irracional em rápida sucessão.

Dissonância como consequência da tomada de decisão

Suponha que você esteja prestes a tomar uma decisão sobre a compra de um carro novo. Isso envolve uma quantia significativa de dinheiro, por isso é, por definição, importante. Depois de olhar ao redor, você fica dividido entre comprar um veículo utilitário esportivo e um modelo totalmente elétrico. Cada um tem vantagens e desvantagens. O SUV seria conveniente; você pode transportar coisas nele e dormir nele durante viagens longas, e ele tem bastante energia, mas consome uma quilometragem atroz e não é fácil de

estacionar. O carro elétrico é menos espaçoso, você não pode dirigir longas distâncias nele e você se preocupa com sua segurança, mas é mais barato para comprar e operar, é mais divertido de dirigir e você ouviu dizer que tem um registro de reparo muito bom. Meu palpite é que, *antes de* tomar uma decisão, você buscará o máximo de informações que puder. Provavelmente, você acessará a Internet e obterá amostras de avaliações das várias marcas e modelos. Talvez você converse com amigos que possuem um SUV ou um carro elétrico. Provavelmente, você visitará as concessionárias para testar os veículos e ver como cada um se sente. Todo esse comportamento de predecisão é perfeitamente racional.

Agora você toma uma decisão: você compra o carro totalmente elétrico. O que acontece depois? Seu comportamento começará a mudar; você não buscará mais informações objetivas sobre todas as marcas de automóveis. Provavelmente, você passará mais tempo conversando com outros proprietários de seu carro. Você começará a falar sobre sua pequena pegada de carbono e até onde ela vai com uma carga. Meu palpite é que você não vai perder tempo pensando no fato de que não pode dormir em seu carro novo. Da mesma forma, sua mente irá deslizar levemente sobre o fato de que dirigir seucarro pequeno novo pode ser perigoso em uma colisão e os freios não respondem muito.

Como ocorre a sua mudança de ideia? Após uma decisão - especialmente uma difícil ou que envolve uma quantidade significativa de tempo ou dinheiro - as pessoas quase sempre experimentam dissonância. Eles o fazem porque sua escolha raramente é inteiramente positiva e as alternativas rejeitadas raramente são inteiramente negativas. Neste exemplo, sua cognição de que você comprou um carro elétrico é dissonante com sua cognição sobre quaisquer deficiências que o carro possa ter. Da mesma forma, todos os aspectos positivos dos outros carros que você pensou em comprar são dissonantes com sua cognição de que você não comprou um deles. Uma boa forma de reduzir essa dissonância é buscar exclusivamente informações positivas sobre o carro que você escolheu e evitar informações negativas sobre ele. Conseqüentemente, eu diria que uma pessoa que comprou um carro recentemente começará a ler anúncios seletivamente, lendo mais anúncios sobre seu carro *após a compra do* que pessoas que não compraram recentemente o mesmo modelo. Além disso, os proprietários de carros novos tendem a evitar anúncios de outras marcas de carros. E isso é exatamente o que os pesquisadores descobriram em um estudo com leitores de anúncios.[16] Hoje, é claro, graças às mídias sociais, as pessoas não precisam trabalhar muito para obter informações que estejam em consonância não apenas com o carro que acabaram de comprar, mas também com a ideia em que agora acreditam - e evitar qualquer informação que seja dissonante.

As pessoas nem sempre precisam da ajuda da Madison Avenue para obter garantias; eles podem fazer um bom trabalho para se tranquilizarem. Um experimento de Jack Brehm[17] demonstra como eles fazem isso. Fazendo-se passar por uma pesquisadora de marketing, Brehm mostrou a várias mulheres oito aparelhos diferentes (uma torradeira, uma cafeteira elétrica, uma churrasqueira e assim por diante) e pediu que avaliassem em termos de quão atraente era cada aparelho. Como recompensa, cada mulher foi informada que ela poderia receber um dos eletrodomésticos como um presente, e ela teve a oportunidade de escolher entre dois dos produtos que considerou igualmente desejáveis. Depois que ela escolheu um, foi embrulhado e dado a ela. Vários minutos

depois, ela foi solicitada a avaliar os produtos novamente. Depois de receber o eletrodoméstico de sua escolha, cada mulher avaliou seu apelo um pouco mais alto e diminuiu a avaliação do eletrodoméstico que ela teve a chance de possuir, mas rejeitou.

Mais uma vez, tomar uma decisão produz dissonância: as cognições sobre quaisquer aspectos negativos do objeto preferido são dissonantes por tê-lo escolhido, e as cognições sobre os aspectos positivos do objeto não escolhido são dissonantes por não tê-lo escolhido. Para reduzir a dissonância, as pessoas distribuem as alternativas de maneira cognitiva. Ou seja, *depois de tomar sua decisão* , as mulheres no estudo de Brehm enfatizaram os atributos positivos do aparelho que decidiram possuir, enquanto não enfatizaram seus atributos negativos; para o eletrodoméstico que decidiram não possuir, eles enfatizaram seus atributos negativos e não enfatizaram seus atributos positivos.

A tendência de justificar nossas escolhas não se limita às decisões do consumidor. Na verdade, pesquisas demonstraram que processos semelhantes podem até afetar nossos relacionamentos românticos e nossa disposição de imaginar que nos envolveremos com outros parceiros. Em um estudo conduzido por Dennis Johnson e Caryl Rusbult,[18] estudantes universitários foram solicitados a avaliar o provável sucesso de um novo serviço de namoro por computador no campus. Os participantes viram fotos de indivíduos do sexo oposto, que eles acreditavam serem candidatos ao serviço de encontros. Em seguida, eles foram solicitados a avaliar a atratividade desses candidatos, bem como o quanto eles acreditavam que iriam desfrutar de um possível encontro com ele ou ela - uma possibilidade que foi apresentada de maneira realista. Os resultados deste estudo foram notavelmente semelhantes às descobertas de Brehm sobre eletrodomésticos: quanto mais comprometidos os alunos eram com seus atuais parceiros românticos, menos atraentes eles encontravam novos parceiros em potencial. Em um experimento subsequente, Jeffry Simpson e seus colegas[19] também descobriram que aqueles que mantêm relacionamentos heterossexuais consideravam as pessoas do sexo oposto menos atraentes física e sexualmente do que aqueles que não estavam em relacionamentos sólidos. Além disso, eles mostraram que esse efeito é válido apenas para “outros disponíveis”; quando mostrados a indivíduos um pouco mais velhos ou que eram do mesmo sexo, as pessoas em relacionamentos heterossexuais comprometidos não diminuíram sua taxa de atratividade em relação aos estranhos. Resumindo: sem ameaça, sem dissonância; sem dissonância, sem diminuir seu apelo.

Quer estejamos falando de eletrodomésticos ou de parceiros românticos, depois de firmar um compromisso firme, você tenderá a se concentrar nos aspectos positivos de suas escolhas e a minimizar o apelo das alternativas.

A redução da dissonância é consciente? Como vimos no Capítulo 2 , a maioria de nós não é boa em prever com que rapidez nos ajustaremos a eventos negativos. Agora posso lhe dizer por quê: porque as pessoas não sabem com que sucesso conseguem reduzir a dissonância. Dado que elesfizeram isso com sucesso no passado, por que não estão cientes de que o farão no futuro? A resposta é que o processo de redução da dissonância é amplamente inconsciente. As pessoas não se sentam e dizem: “Acho que vou reduzir alguma dissonância agora”. Por exemplo, o que acontece quando a pessoa que você ama termina com você? Com o tempo, você passará a ver a pessoa como menos adorável -

talvez até como um narcisista insuportável - e passará a acreditar que merece mais ou está melhor sozinho. Este processo é eficaz precisamente porque ocorre abaixo do nível de percepção consciente e sem intenção. Infelizmente, essa invisibilidade torna a dissonância eficaz e esquecível. Como o processo é inconsciente, não percebemos que ele nos protegerá da dor no futuro.

O que teria acontecido no final do clássico filme *Casablanca* se Ingrid Bergman não tivesse se juntado a seu marido herói lutador nazista, mas permanecido com seu amante Humphrey Bogart no Marrocos? Será que ela, como Bogart diz a ela em um famoso discurso de partir o coração, teria se arrependido - “talvez não hoje, talvez não amanhã, mas logo, e pelo resto de sua vida”? Ou ela se arrependeria para sempre de deixar Bogart para trás no aeroporto chuvoso? Suspeito que a resposta a ambas as perguntas seja não; Bogart foi eloqüente, mas errado. Ela pode ter se arrependido de qualquer escolha que tenha feito para hoje ou amanhã, mas logo (e pelo resto de sua vida) ela teria se convencido de que tinha feito a melhor decisão.[20] Isso não quer dizer que nunca nos arrependamos. Mas, dadas as inúmeras decisões que tomamos em nossas vidas, é notável como raramente as tomamos - graças à nossa capacidade de reduzir a dissonância.

A dissonância é universal? Quão universal é a experiência de dissonância cognitiva? É algo experimentado principalmente pelos americanos ou é parte integrante da condição humana? É impossível responder a essa pergunta definitivamente, porque experimentos de dissonância não foram feitos em todos os lugares. Mas posso dizer o seguinte: embora a maior parte da pesquisa tenha sido feita na América do Norte, foi demonstrado que os efeitos existem em todas as partes do mundo onde a pesquisa foi feita.

E essa pesquisa foi extensa. A teoria da dissonância cognitiva tem sido apoiada por milhares de estudos, alguns em campos relacionados, como cognição e neurociência - e até mesmo primatologia. Em alguns aspectos, os macacos são como aquelas donas de casa que enfrentam escolhas entre os eletrodomésticos: oferecem uma escolha entre dois de forma diferentecaixas coloridas de guloseimas, eles provavelmente ficarão com a que escolheram, mesmo quando outra opção aparecer. Esta pesquisa sugere que há um benefício evolutivo para a dissonância pós-decisão, se ela levou nossos antepassados a ficar com uma opção testada e comprovada e rejeitar algo novo, mas não testado (que, no passado de nossa espécie, poderia ser arriscado ou perigoso).[21]

Os humanos, que contribuíram com a parte “cognitiva” para a dissonância cognitiva, também exibem justificativas cognitivas em uma idade muito precoce.[22] Uma amiga minha levou seu filho de três anos ao parque e deu-lhe alguns adesivos para brincar. Outra criança se aproximou deles. "Você não gostaria de oferecer alguns de seus adesivos para aquela outra garotinha?" meu amigo perguntou. A criança pensou um pouco e disse: “Essa menina não *gosta de* adesivos, mamãe”. Redução da dissonância aos três anos! Ela consegue se ver como uma boa menina *e* manter todos os seus adesivos.

Em apoio ao argumento de que a experiência da dissonância é universal, Eddie Harmon-Jones e seus colegas[23] usaram a tecnologia fMRI para monitorar a atividade neural em áreas específicas do cérebro enquanto as pessoas experimentavam vários tipos de dissonância: avaliando suas preferências por coisas que escolheram e aquelas que

rejeitaram, argumentando que a experiência desconfortável do scanner foi na verdade bastante agradável, ou ser confrontado com informações indesejáveis (dissonantes). As áreas do cérebro que são ativadas durante a dissonância incluem áreas altamente específicas dentro do córtex pré-frontal, o local proeminentemente envolvido no planejamento e na tomada de decisões. E em um estudo com pessoas que estavam tentando processar informações dissonantes ou consoantes sobre seu candidato presidencial preferido, Drew Westen e seus colegas[24] descobriram que as áreas de raciocínio do cérebro virtualmente fecham quando uma pessoa é confrontada com informações dissonantes e os circuitos emocionais do cérebro se iluminam alegremente quando a consonância é restaurada. Como disse Westen, as pessoas giram no "caleidoscópio cognitivo" até que as peças caiam no padrão que desejam ver, e então o cérebro as retribui ativando os circuitos envolvidos no prazer. Parece que a sensação de dissonância cognitiva pode literalmente fazer seu cérebro doer.

A dissonância opera em quase todas as partes do mundo, mas nem sempre assume a mesma forma, e o *conteúdo* das cognições que a produzem pode diferir entre as culturas. Por exemplo, em sociedades menos individualistas do que a nossa, o comportamento de redução da dissonância pode assumir uma forma mais comunal.[25] Em tais culturas, seríamos maispropensos a sentir dissonância quando seu comportamento envergonha ou decepciona *outras pessoas do* que quando precisam justificar *o* mau comportamento *pessoal* . Isso é exatamente o que o psicólogo social japonês Haruki Sakai[26] encontrados em seus experimentos. No Japão, muitas pessoas experimentarão indiretamente a dissonância por parte de alguém que conhecem e gostam - e mudarão suas atitudes para se conformarem com as de seus amigos redutores de dissonância. Além disso, os japoneses justificavam suas escolhas quando sentiam que outros os observavam enquanto eles tomavam suas decisões, mas não quando eles tomavam decisões em particular; esse padrão foi revertido para os americanos.[27] A privacidade percebida ou a visibilidade pública da escolha feita interage com a cultura para determinar se a dissonância é despertada e a escolha precisa ser justificada.

A importância da irrevogabilidade

Uma característica fundamental dos exemplos que discutimos é a relativa *irrevogabilidade* da decisão - a incapacidade da pessoa de desfazê-la. Isso precisa de alguma explicação. Como vimos, enquanto você está pensando provisoriamente em comprar um carro ou tomar outra decisão, não precisa se esforçar para se convencer da sabedoria de sua escolha. Mas uma vez que você decide e não pode voltar atrás, tudo muda.

Algumas evidências diretas da importância da irrevogabilidade vêm de um estudo das oscilações cognitivas dos jogadores em uma pista de corrida. A pista de corrida é o lugar ideal para examinar a irrevogabilidade, porque, uma vez que você fez sua aposta, você não pode voltar atrás e dizer à pessoa legal atrás da janela que você mudou de ideia. Robert Knox e James Inkster[28] simplesmente interceptou pessoas que estavam a caminho de fazer apostas de $ 2. Eles já haviam decidido sobre seus cavalos e estavam prestes a fazer suas apostas quando os investigadores perguntaram se eles tinham certeza de que seus cavalos ganhariam. Como estavam a caminho da janela de $ 2, suas decisões não eram irrevogáveis. Os investigadores colocaram uma coleira em outros apostadores no momento em que eles estavam saindo da janela de $ 2, *após* terem feito suas apostas, e

perguntaram-lhes se eles tinham certeza de que seus cavalos ganhariam. Normalmente, as pessoas que acabaram de fazer suas apostas deram a seus cavalos uma chance muito melhor de ganhar do que aqueles que estavam prestes a fazer suas apostas. Mas, é claro, nada mudou, exceto o caráter definitivo da decisão.

Mudando da pista de corrida para o campus de Harvard, Daniel Gilbert[29] testaram a hipótese de irrevogabilidade com alunos interessados em aprender fotografia. Ele disse-lhes para fazer um rolo de filme e imprimir duas das fotos, avaliando-as e escolhendo uma para guardar. Alguns alunos tiveram a opção de trocar fotos em um período de cinco dias, enquanto outros foram informados de que sua primeira escolha era definitiva. Gilbert então os contatou dois, quatro e nove dias depois, para ver se seus sentimentos sobre as fotos haviam mudado. Quem fez a escolha final no primeiro dia gostou mais da escolha do que quem teve a opção de troca de fotos. Novamente, uma vez que uma decisão é irrevogável, as pessoas se ocupam em se sentir bem com a escolha que fizeram. E, assim, frequentemente ficam mais certos de que tomaram uma decisão sábia, uma vez que não há nada que possam fazer a respeito.

Embora a irrevogabilidade de uma decisão sempre aumente a dissonância e a motivação para reduzi-la, às vezes as pessoas sentem dissonância mesmo quando tecnicamente poderiam escapar da decisão. Anos atrás, Robert Cialdini[30] demonstrou como isso funciona juntando-se temporariamente à equipe de vendas de uma concessionária de automóveis. (Cialdini fez muitos estudos de campo imaginativos em psicologia social, e este foi um dos mais divertidos.) Foi assim que ele identificou um estratagema comum e bem-sucedido chamado **lowballing** , ou *jogar uma bola baixa para o cliente* . Funciona assim: um cliente vai a uma concessionária preparado para pagar US $ 19.300 pelo carro dos seus sonhos - um preço anunciado como uma pechincha incrível. O concessionário, sorrindo, diz: “Vou tentar um melhor” e oferece ao cliente o carro por $ 18.942. Empolgado com a barganha, o comprador concorda com o negócio e preenche um cheque para o pagamento da entrada, felizmente antecipando a volta para casa naquele carro novo em folha. Infelizmente, 10 minutos depois, o negociante retorna com um olhar desamparado em seu rosto; parece, diz ele, que cometeu um erro de cálculo e o gerente de vendas percebeu. O preço do carro é na verdade $ 19.384. O que o comprador fará? O cliente pode conseguir este carro mais barato em outro lugar, então a decisão de comprar este não é irrevogável. E, no entanto, muito mais pessoas nesta situação irão em frente com o negócio do que se o preço original pedido fosse $ 19.384 - embora o motivo para comprar o carro deste revendedor (o preço de barganha) não exista mais.

lowballing:

uma estratégia inescrupulosa em que um cliente concorda em comprar um produto a um custo muito baixo, após o que o vendedor afirma que o preço foi um erro e então aumenta o preço, apostando que o cliente concordará em fazer a compra pelo preço inflacionado, o que ele ou ela costuma fazer

O que está acontecendo nesta situação? Existem pelo menos três coisas importantes a serem observadas. Em primeiro lugar, embora a decisão de compra do cliente seja certamente reversível, existe um compromisso implícito criado pelo ato de assinar um cheque para um pagamento inicial. Segundo, esteo compromisso desencadeou a

antecipação de uma experiência agradável: sair com um carro novo. Ter o evento antecipado frustrado (por não prosseguir com o negócio) teria produzido dissonância e decepção. Terceiro, embora o preço final seja mais alto do que o vendedor disse que seria, é apenas um pouco mais alto do que o preço em qualquer outro lugar. Nessas circunstâncias, o cliente diz, com efeito: “Oh, que diabos. Eu já estou aqui; Já preenchi os formulários - por que esperar? ” Hoje em dia, o lowballing raramente se aplica quando as pessoas compram carros, pois a Internet tornou as pessoas consumidores mais inteligentes e informados. Mas se aplica a muitas outras situações em que não estamos tão informados, como na substituição de um contrato de celular vencido por um novo que promete uma grande pechincha.

A decisão de se comportar de maneira imoral Como uma pessoa honesta pode se tornar corrupta? Por outro lado, como podemos fazer com que uma pessoa seja *mais* honesta? Uma maneira é por meio da dissonância resultante de uma decisão difícil. Suponha que você esteja matriculado em um curso difícil de biologia. Sua nota dependerá do exame final que você está fazendo agora. A questão-chave envolve algum material que você conhece bastante bem - mas, por causa da ansiedade, você fica em branco. Você está sentado aí, suando nervoso. Você olha para cima e, eis que está sentado atrás de uma mulher que é a pessoa mais inteligente da classe (que também, felizmente, é a pessoa com a caligrafia mais legível). Você olha para baixo e percebe que ela está apenas completando sua resposta à pergunta crucial. Você sabe que poderá ler facilmente a resposta dela se quiser. O que você faz? Sua consciência lhe diz que é errado trapacear - e, no entanto, se você não trapacear, certamente receberá uma nota ruim. Você luta com sua consciência. Independentemente de você decidir trapacear ou não, você está condenado à dissonância. Se você trapaceia, sua cognição "Eu sou uma pessoa decente e moral" é dissonante com a sua cognição "Acabo de cometer um ato imoral". Se você decidir resistir à tentação, sua cognição “Eu quero tirar uma boa nota” é dissonante com a sua cognição “Eu poderia ter agido de uma forma que teria garantido uma boa nota, mas optei por não fazer”.

Suponha que, após uma luta difícil, você decida trapacear. Como você reduz a dissonância? Antes de continuar a ler, pense por um momento. Uma forma de reduzir a dissonância é minimizar os aspectos negativos da ação que você escolheu e maximizar os aspectos positivos - da mesma forma que as mulheres faziam depois de escolherum aparelho no experimento de Jack Brehm. Nesse caso, a maneira mais eficiente de reduzir a dissonância seria mudar sua atitude em relação à trapaça. Se você trapacear, adotará uma atitude mais tolerante. Seu raciocínio pode ser mais ou menos assim: “Trair não é tão ruim em algumas circunstâncias. Contanto que ninguém se machuque, realmente não é muito imoral. Qualquer um faria isso. Portanto, é uma parte da natureza humana - então, como poderia ser ruim? Uma vez que é apenas humano, aqueles que são pegos trapaceando não devem ser punidos severamente, mas devem ser tratados com compreensão. ”

Mas suponha que, após uma luta difícil, você decida não trapacear. Como você reduziria a dissonância - isto é, tornaria sua ação consoante com sua crença? Mais uma vez, você pode mudar sua atitude sobre a moralidade do ato, mas na direção oposta. Para justificar desistir de uma boa nota, você deve se convencer de que trapacear é um pecado

hediondo, uma das coisas mais baixas que uma pessoa pode fazer, e que os trapaceiros devem ser descobertos e severamente punidos.

O essencial a lembrar aqui é que duas pessoas agindo dessas duas maneiras diferentes podem ter começado com atitudes quase idênticas. Suas decisões podem ter sido um fio de cabelo de diferença: um chegou a um ás de resistir, mas decidiu trapacear, enquanto o outro chegou a um ás de trapacear, mas decidiu resistir. Uma vez que tenham tomado suas decisões, no entanto, suas atitudes em relação à trapaça irão divergir agudamente como consequência de suas decisões.

Essas especulações foram postas à prova por Judson Mills[31] em um experimento com alunos da sexta série. Mills primeiro mediu suas atitudes em relação à trapaça. Ele então fez com que as crianças participassem de um concurso com prêmios sendo oferecidos aos vencedores. A situação foi arranjada de forma que fosse quase impossível vencer sem trapacear; além disso, era fácil para as crianças trapacear, pensando que não seriam detectadas. Como você pode esperar, alguns dos alunos trapacearam e outros não. No dia seguinte, os alunos da sexta série foram novamente solicitados a indicar como se sentiam em relação à trapaça. Em geral, as crianças que trapacearam se tornaram mais tolerantes com a trapaça, e as que resistiram à tentação de trapacear adotaram uma atitude mais severa em relação à trapaça.

Para visualizar o experimento de Mills conforme se aplica a você, imagine-se no topo de uma pirâmide. Ao longo da vida, você enfrentará muitas decisões que exigirão que você saia dessa pirâmide em uma direção ou outra: em que se formar, se vai junto com amigos que estão fazendo algo ilegal ou antiético ou não abalam obarco, seja para manter um relacionamento romântico ou sair, seja para acreditar em alguma alegação de conspiração ou dar uma olhada em Snopes.com ou PolitiFact. No minuto em que der um passo em uma direção ou outra, no entanto, você sentirá dissonância - e agora estará motivado para justificar o que fez para reduzi-la. Essa justificativa, por sua vez, torna mais difícil para você mudar de ideia, mesmo quando deveria. Quando você estiver na base da pirâmide, estará muito distante daqueles que enfrentaram os mesmos dilemas, mas tomaram uma decisão diferente e saíram da pirâmide na direção oposta. E você terá se convencido de que sua decisão foi absoluta e positivamente a certa, e que aquelas pessoas que escorregaram do outro lado são idiotas ou vigaristas. (E como você acha que eles se sentem por você?)

A metáfora da pirâmide também é útil para nos ajudar a entender como as atitudes e o comportamento podem mudar por meio do processo de **aprisionamento** ou como as pessoas podem começar a tomar uma decisão pequena e impulsiva e, com o tempo, encontrar-se muito longe de seus objetivos e intenções originais . O processo subjacente ao aprisionamento foi explorado sob condições experimentais controladas. Suponha que você gostaria de recrutar a ajuda de alguém para um empreendimento massivo, mas você sabe que o trabalho que tem em mente para essa pessoa é tão difícil e exigirá tanto tempo e esforço que a pessoa certamente recusará. O que você deveria fazer? Uma possibilidade é envolver a pessoa em um aspecto muito menor do trabalho, tão fácil que ela nem sonharia em recusar. Esta ação serve para comprometer o indivíduo com "a causa". Uma vez que as pessoas estejam assim comprometidas, a probabilidade de atenderem ao pedido maior aumenta.

armadilha:

o processo pelo qual as pessoas tomam uma pequena decisão, a justificam e, com o tempo, ficam cada vez mais comprometidas com uma crença ou atividade

Este fenômeno foi demonstrado por Jonathan Freedman e Scott Fraser,[32] que tentaram induzir os proprietários a colocar uma grande placa em seus jardins da frente, dizendo “Dirija com cuidado”. Por causa da feiura e obstrução deste sinal, a maioria dos residentes recusou; apenas 17 por cento cumpriram. Um grupo diferente de residentes, no entanto, foi primeiro “suavizado” por um experimentador que os fez assinar uma petição favorecendo uma direção segura. Como assinar uma petição é uma coisa fácil de fazer, virtualmente todos os que foram convidados concordaram em assinar. Algumas semanas depois, um experimentador diferente foi até cada residente com a placa desagradável e feia dizendo "Dirija com cuidado". Desta vez, mais de 55% desses residentes permitiram que a placa fosse colocada em sua propriedade. Assim, quando os indivíduos se comprometem um pouco,aumenta a probabilidade de que se comprometam ainda mais nessa direção.

Esse processo de usar pequenos favores para encorajar as pessoas a atender a pedidos maiores foi apelidado de **técnica** do **pé-na-porta** . É eficaz porque ter feito o favor menor fornece justificativa antecipada para concordar em fazer o favor maior. Resultados semelhantes foram obtidos por Patricia Pliner e seus associados.[33] Quando eles pediram às pessoas que fizessem uma pequena doação para a American Cancer Society, 46% concordaram. Mas quando, um dia antes, eles induziram um grupo semelhante de pessoas a usar um distintivo de lapela para divulgar a campanha de arrecadação de fundos, e então os abordaram no dia seguinte pedindo uma contribuição, aproximadamente o dobro concordou. O aprisionamento por meio da autojustificação pode, portanto, ser usado para objetivos altruístas e socialmente admiráveis - mas também para objetivos devastadores e autodestrutivos, como veremos no final deste capítulo.

técnica do pé na porta:

o processo de usar pequenos favores para encorajar as pessoas a atenderem a pedidos maiores

A psicologia da justificação insuficiente

A mudança de atitude como forma de reduzir a dissonância não se limita a situações pós-decisão. Pode ocorrer em inúmeros outros contextos, incluindo toda vez que uma pessoa diz algo em que não acredita ou faz algo tolo ou imoral. Claro, em uma sociedade complexa, ocasionalmente nos pegamos dizendo ou fazendo coisas em que não acreditamos completamente. Isso sempre nos leva a mudar de ideia? Não. Vou escolher um exemplo simples: Joe entra no escritório e vê que seu sócio, Joyce, pendurou um quadro perfeitamente atroz na parede do escritório que eles compartilham. Ele está prestes a dizer a ela como ele acha isso horrível, quando ela diz com orgulho: “Você gostou da pintura? Eu mesmo fiz."

“Muito bom, Joyce”, Joe responde. Teoricamente, a cognição de Joe "Eu sou uma pessoa verdadeira" é dissonante com a cognição "Eu disse que pintar era bom, embora na

verdade seja incrivelmente feio." Qualquer dissonância que possa ser provocada por essa inconsistência pode ser fácil e rapidamente reduzida pela cognição de Joe de que é errado machucar outras pessoas: “Menti para não machucar Joyce; por que eu deveria dizer a ela que é feio? Não tem nenhum propósito útil. ” Esta é uma forma eficaz de reduzir a dissonância porque justifica completamente a ação de Joe. Com efeito, a justificação é determinada pela situação. Chamamos isso **de justificação externa** .

justificativa externa:

a justificativa de uma pessoa para seu comportamento dissonante que é determinado pela situação

Mas o que acontece se não houver ampla justificativa na própria situação? Nesses casos, precisamos criar **uma justificativa interna** ,uma mudança de atitude usada para justificar o comportamento. Se você faz ou diz algo que é difícil de justificar *externamente* , você tentará justificá-lo *internamente* tornando suas atitudes mais consistentes com o que você fez ou disse.

justificativa interna:

a redução da dissonância ao mudar algo sobre si mesmo (por exemplo, a atitude ou comportamento de alguém) na direção de suas declarações

Essas especulações foram investigadas cientificamente em vários experimentos, principalmente em um estudo clássico de Leon Festinger e J. Merrill Carlsmith.[34] Esses investigadores pediram a estudantes universitários que realizassem uma série de tarefas enfadonhas e repetitivas: embalar carretéis em uma bandeja, despejá-los e, em seguida, reabastecer a bandeja continuamente, ou girar fileiras e mais fileiras de parafusos um quarto de volta e depois voltar e girando-os mais um quarto de volta. Os alunos fizeram essas atividades estúpidas por uma hora inteira. O experimentador então os induziu a mentir sobre a tarefa - especificamente, dizendo a uma jovem (que estava esperando para participar do experimento) que a tarefa que ela realizaria era interessante e agradável. Alguns dos alunos receberam US $ 20 por contar essa mentira; outros receberam apenas $ 1. Depois que o experimento terminou, um entrevistador perguntou aos mentirosos o quanto eles gostaram das tarefas que haviam feito no início do experimento. Como você acha que os alunos que receberam $ 20 por mentir responderam? Eles classificaram toda aquela embalagem de carretel e torneamento de parafuso sem graça. Isso não é surpreendente - essas tarefas *eram* enfadonhas. Mas e os alunos que receberam apenas US $ 1 por mentir? Eles classificaram a tarefa como agradável. Em outras palavras, pessoas que receberam justificativa externa abundante para mentir disseram a mentira, mas não acreditaram, enquanto aqueles que mentiram *na ausência* de justificativa externa moveram-se no sentido de acreditar que o que disseram sobre a tarefa era verdade. Chamamos esse resultado de *paradigma “dizer para acreditar”* porque, nessas circunstâncias, as pessoas passarão a acreditar em suas próprias afirmações. Se você deseja que uma pessoa mude uma atitude, faça-a fazer ou dizer algo contra-atitudinal e pague menos por isso.

A pesquisa sobre essa ideia foi além de atitudes relativamente sem importância, como a monotonia de uma tarefa. Mudança de atitude tem sido mostrada em uma variedade de questões mais sérias, nas quais as pessoas defendem uma posição exatamente oposta

àquela em que acreditam. Arthur R. Cohen[35] conduziram um experimento com estudantes de Yale imediatamente após um motim estudantil no qual a polícia de New Haven reagiu de forma exagerada, espancando e prendendo manifestantes. Os alunos (que tinham certeza de que a polícia se comportou mal) foram solicitados a escrever uma redação forte e contundente em apoio à polícia. Os experimentadorespagou aos alunos de qualquer coisa de meros cinquenta centavos a US $ 10 inteiros para escrever o breve ensaio. Mais tarde, eles foram convidados a indicar seus verdadeiros sentimentos sobre a polícia de New Haven. Os resultados foram perfeitamente lineares: quanto *menos* eles eram pagos para escrever em apoio à polícia, *mais* simpatia pela polícia eles expressavam depois. Dizer passou a acreditar, mas principalmente se eles não tivessem sido bem pagos pelo que diziam.

Assim, a teoria da dissonância prediz que começamos a acreditar nas coisas que dizemos - mas apenas se não tivermos justificativa externa suficiente para dizê-las. Quanto menor o suborno usado para fazer com que você faça um discurso, mais provável é que você sinta a necessidade de justificar sua apresentação, convencendo-se de que as coisas que disse são verdadeiras.

Esse mecanismo é tão poderoso que não apenas ajuda a explicar como as atitudes mudam; pode afetar a maneira como experimentamos os impulsos fisiológicos básicos. Imagine que nosso amigo Sam seja induzido a se comprometer com uma situação na qual ficará privado de comida ou água por um longo tempo ou na qual receberá choques elétricos. Se Sam não tiver um bom motivo externo para fazer isso, ele experimentará dissonância. Suas cognições a respeito de suas dores de fome, sua garganta seca ou a dor de um choque elétrico são dissonantes com sua cognição de que ele se ofereceu para passar por essas experiências e não está recebendo muito em troca. Para reduzir essa dissonância, Sam se convence de que a fome não é tão intensa, ou a sede não é tão forte, ou a dor não é tão terrível.

Essa autopersuasão não é tão surpreendente ou difícil quanto pode parecer. Embora a fome, a sede e a dor tenham bases fisiológicas, elas também têm um forte componente psicológico. É por isso que a sugestão, a meditação, a hipnose, as pílulas de placebo, a atitude de um médico habilidoso ao lado do leito ou alguma combinação dessas podem reduzir a dor percebida pelas pessoas. Psicólogos sociais experimentais mostraram que, sob condições de excitação de alta dissonância, pessoas comuns, sem nenhuma habilidade especial em hipnose ou meditação, podem realizar as mesmas coisas por si mesmas.

Por exemplo, Philip Zimbardo[36] submeteram os participantes do estudo a choques elétricos intensos. Metade estava em uma condição de alta dissonância - isto é, eles foram induzidos a se comprometerem a se voluntariar para a experiência e receberam pouca justificativa externa. A outra metade estava em uma condição de baixa dissonância - eles não tinham escolha no assunto, dando-lhes muitas justificativas externas. Pessoas na condição de alta dissonância relataram sentir menos dordo que aqueles na condição de baixa dissonância. Até mesmo sua resposta fisiológica à dor (medida pela resposta galvânica da pele) era um pouco menos intensa, e a dor não interferia tanto nas tarefas que realizavam. Assim, eles não apenas relataram menos dor do que o grupo de baixa dissonância, mas, objetivamente, foram menos incomodados por ela.

Resultados semelhantes foram mostrados para fome e sede. Jack Brehm[37] relataram uma série de experimentos em que as pessoas foram privadas de comida ou água por longos períodos. Como os participantes de Zimbardo, alguns tinham baixa justificativa externa para passar por essa experiência desagradável, enquanto outros tinham alta justificativa externa. Em experimentos separados sobre fome e sede, Brehm descobriu que participantes de alta dissonância disseram que estavam com menos fome (ou sede) do que participantes de baixa dissonância que foram privados de comida (ou água) pelo mesmo período de tempo. Novamente, este não foi um mero relato verbal. Após o experimento, quando todos os participantes puderam comer (ou beber) livremente, aqueles na condição de alta dissonância consumiram menos comida (ou água) do que aqueles na condição de baixa dissonância.

O que constitui a justificação externa? O ganho monetário ou a exigência forçada de fazer algo não é a única forma de justificativa externa. As pessoas podem ser persuadidas a dizer ou fazer coisas que contradizem suas crenças ou preferências se forem atraídas por outras recompensas, como elogios ou o desejo de agradar. Além disso, a maioria de nós provavelmente concordaria em fazer algo que de outra forma não faríamos se um bom amigo nos pedisse para fazer isso como um favor. Para dar um exemplo exagerado, suponha que um amigo lhe pediu para comer um alimento incomum que ele ou ela tinha recentemente aprendeu a prepararem-se de “comidas exóticas” aula de culinária. E só para tornar as coisas interessantes, digamos que a comida em questão fosse um gafanhoto frito. Agora, imagine a situação inversa: alguém de quem você não gostou pediu para você afundar os dentes em um gafanhoto frito.

Ok, você está pronto? Supondo que você foi em frente e comeu o gafanhoto, em que circunstância você acha que gostaria mais do sabor dele: quando solicitado por um bom amigo ou por alguém de quem você não gosta? O bom senso pode sugerir que o gafanhoto teria um gosto melhor quando recomendado por um amigo. Afinal, um amigo é alguém em quem você pode confiar e, portanto, seria uma fonte de informação mais confiável do que alguémvocê não gostou. Mas pense por um momento: qual condição envolve menos justificativa externa? Apesar do bom senso, a teoria da dissonância cognitiva prediz que você passaria a gostar mais de comer gafanhotos se comesse um a pedido de alguém de quem *não* gostasse. Sua cognição de que comer um gafanhoto é repulsivo estaria em desacordo com o fato de que você acabou de comer um. Mas se foi *seu amigo* quem fez o pedido, você teria justificativa externa suficiente para tê-lo comido - você agradou alguém de quem gosta. Mas você não teria muita justificativa externa para mastigar um gafanhoto se o fizesse a pedido de alguém de quem não gosta. Nesse caso, como você poderia justificar seu comportamento contraditório para si mesmo? Simples: comece a gostar de gafanhotos - “Puxa, eles são criaturas muito saborosas, afinal.” Philip Zimbardo e seus colegas[38] pediu a um oficial do exército que instruiu um grupo de reservistas a comer gafanhotos, avaliando sua preferência por eles antes e depois de prová-los. Os reservistas achavam os gafanhotos significativamente mais saborosos se o oficial que os pedia para comê-los agisse como um idiota em vez de se comportar de maneira amigável e simpática.

Punição insuficiente Uma forma clara de justificativa externa para se comportar de determinada maneira é saber que você será punido se não o fizer. Sabemos que se

excedermos o limite de velocidade e formos pegos, pagaremos uma multa e, se isso acontecer com muita frequência, perderemos nossas licenças. Assim, aprendemos a obedecer ao limite de velocidade quando a polícia está nas proximidades. Os alunos sabem que, se colarem no exame e forem pegos, podem ser humilhados pelo professor e punidos severamente. Assim, eles aprendem a não trapacear enquanto o professor está na sala observando-os. Mas a ameaça de punição ensina as pessoas a não se apressar ou trapacear? Acho que não. Acho que os ensina a evitar serem pegos. O uso de ameaças de punição severa como meio de fazer com que alguém se abstenha de fazer algo que gosta requer vigilância constante. Seria muito mais eficiente e exigiria muito menos moderação se, de alguma forma, as pessoas pudessem desfrutar de fazer as coisas que contribuem para sua própria saúde e bem-estar e para a saúde e o bem-estar de outras pessoas. Se as crianças se *não* bater em crianças menores ou *não* fazer batota ou *não* roubar dos outros, então a sociedade poderia relaxar sua vigilância e punitiveness. É extremamente difícil persuadir as pessoas (especialmente as crianças pequenas) de que não é agradável bater em pessoas menores. Mas é concebível que, sobcertas condições, eles vão convencer *-se* de que tal comportamento não é agradável.

Imagine a cena: você é pai de um menino de cinco anos que gosta de bater na irmã de três. Você tentou argumentar com ele, mas sem sucesso. Então, para proteger o bem-estar de sua filha e tornar seu filho uma pessoa mais legal, você começa a puni-lo por sua agressividade. Como pai, você tem à sua disposição uma série de punições que variam de extremamente moderadas (um olhar severo) a extremamente severas (uma surra forte, forçando a criança a ficar em um canto por duas horas e privando-a da TV por um mês). Quanto mais severa a ameaça, maior a probabilidade de o menino se corrigir enquanto você o observa. Mas ele provavelmente vai bater na irmã de novo assim que você virar as costas.

Suponha que, em vez disso, você o ameace com uma punição leve. Em ambos os casos (sob ameaça de punição severa ou leve), a criança sente dissonância. Ele está ciente de que não está batendo em sua irmã mais nova e também de que gostaria muito de espancá-la. Quando sente vontade de bater na irmã e não bate, ele se pergunta: "Por que não estou batendo em minha irmã mais nova?" Sob grave ameaça, ele tem uma resposta pronta na forma de justificativa externa suficiente: “Eu não estou batendo nela porque, se eu bater, aquele gigante ali (meu pai) vai me bater, aguenta-me no canto e me impeça de assistir TV por um mês. ” A grave ameaça forneceu à criança ampla justificativa externa para não bater na irmã enquanto ela estava sendo observada.

A criança na situação de ameaça leve também sente dissonância. Mas quando ele se pergunta: "Por que não estou batendo na minha irmã mais nova?" ele não tem uma boa resposta porque a ameaça é tão branda que não fornece justificativas abundantes. A criança não está fazendo algo que deseja - e embora tenha alguma justificativa para não fazer, carece de uma justificativa completa. Nessa situação, ele continua a sentir dissonância, mas não pode reduzi-la simplesmente culpando sua inação por uma ameaça grave. A criança deve encontrar uma maneira de justificar o fato de não estar agredindo sua irmãzinha, e a melhor maneira é tentar se convencer de que realmente não gosta de bater na irmã, de que não queria. faça isso em primeiro lugar, e bater em crianças não é divertido de qualquer maneira. Quanto menos severa a ameaça, menos justificativa

externa; quanto menos justificativa externa, maior a necessidade de justificativa interna. Permitindo que as pessoas tenham a oportunidade de construir seusa própria justificativa interna pode ajudá-los a desenvolver um conjunto permanente de valores.

Para testar essa ideia, projetei um experimento na creche da Universidade de Harvard em colaboração com Merrill Carlsmith.[39] Primeiro, pedimos a crianças de cinco anos que avaliassem se vários brinquedos eram desejáveis. Em seguida, dissemos a cada criança para não brincar com o brinquedo que considerou particularmente atraente. Ameaçamos metade das crianças com uma punição leve por transgressão: “Eu ficaria um pouco zangado”. Ameaçamos a outra metade com uma punição mais severa: “Eu ficaria muito zangado; Eu teria que pegar todos os brinquedos e ir para casa e nunca mais voltar; Eu acharia que você era apenas um bebê. ” Depois disso, as crianças foram deixadas sozinhas para brincar com todos os brinquedos. Todas as crianças resistiram à tentação de brincar com o brinquedo proibido.

Ao voltar para a sala, as crianças avaliaram novamente o quanto gostaram de todos os brinquedos. Os resultados foram impressionantes e emocionantes. Aquelas crianças que haviam sido ameaçadas de punição *leve* agora achavam o brinquedo proibido menos atraente do que antes. Sem uma justificativa externa adequada para se abster de brincar com ele, eles conseguiram se convencer de que não haviam tocado porque realmente não gostavam. Mas o brinquedo proibido permaneceu igualmente atraente para as crianças que foram ameaçadas de punição severa. Eles continuaram a classificar o brinquedo proibido como altamente desejável; na verdade, alguns até acharam mais desejável do que antes da ameaça. As crianças na condição de ameaça severa tinham bons motivos externos para não brincar com o brinquedo - “aquele homenzarrão vai ficar com muita raiva de mim” - e, portanto, não precisaram encontrar motivos adicionais; conseqüentemente, eles continuaram gostando do brinquedo.

Jonathan Freedman[40] ampliou essas descobertas e ilustrou dramaticamente a permanência do fenômeno. Ele usou como seu “brinquedo crucial” um irresistível robô movido a bateria que corria, arremessando objetos nos inimigos de uma criança. Os outros brinquedos eram doentios em comparação. Naturalmente, todas as crianças preferiram o robô. Ele então pediu que eles não brincassem com aquele brinquedo, ameaçando algumas crianças com punições leves e outras com punições severas. Então ele deixou a escola e nunca mais voltou. Várias semanas depois, uma jovem veio à escola para aplicar alguns testes de papel e lápis para as crianças. As crianças não sabiam que ela estava trabalhando para Freedman ou que sua presença estava de alguma forma relacionada aos brinquedosou as ameaças que ocorreram anteriormente. Mas aconteceu que ela estava administrando seu teste na mesma sala que Freedman usara para seu experimento - a sala onde os mesmos brinquedos estavam casualmente espalhados. Depois de dar o teste às crianças, pediu-lhes que esperassem enquanto ela pontuava, sugerindo, sem rodeios, que talvez queiram se divertir com aqueles brinquedos que alguém havia deixado na sala. A grande maioria das crianças que haviam sido levemente ameaçadas semanas antes recusou-se a brincar com o robô; em vez disso, brincaram com os outros brinquedos. Mas a maioria das crianças gravemente ameaçadas foi direto para o robô. A ameaça grave de Freedman não foi eficaz em inibir o

comportamento subsequente - mas uma ameaça leve inibiu o comportamento nove semanas depois.

O que é justificativa insuficiente? Ao longo desta seção, me referi a situações em que a justificativa externa é *insuficiente* e àquelas com uma *abundância* de justificativas externas. Esses termos requerem alguns esclarecimentos. No experimento Festinger-Carlsmith, todos os participantes concordaram, de fato, em contar a mentira, incluindo todos aqueles que pagaram apenas $ 1. Em certo sentido, então, $ 1 era *adequado* - isto é, suficiente para induzir os participantes a mentir; mas não foi o suficiente para evitar que se sentissem tolos. Para reduzir seus sentimentos de tolice, eles tiveram que reduzir a dissonância que resultava de contar uma mentira por uma soma tão irrisória. Isso implicou um reforço adicional na forma de se convencerem de que não era completamente uma mentira e que a tarefa não era tão monótona quanto parecia à primeira vista; aliás, visto de uma certa forma, era bem interessante. No experimento do gafanhoto, um amigo foi *suficiente* para persuadir as pessoas a tentarem comer o inseto, mas como o fizeram por um amigo, não era motivo suficiente para gostar. No experimento do brinquedo proibido, as ameaças foram *suficientes* para fazer com que as crianças evitassem brincar com o brinquedo, mas apenas a ameaça moderada conseguiu fazê-las não querer.

Seria proveitoso comparar esses resultados com os dados de Judson Mills sobre os efeitos da trapaça entre alunos da sexta série. Lembre-se de que, no experimento de Mills, a decisão de trapacear foi quase certamente difícil para a maioria das crianças. É por isso que eles experimentaram dissonância, independentemente de terem trapaceado ou resistido à tentação. O que você acha que aconteceria se as recompensas a serem obtidas com a trapaça fossem grandes? Você pode prever que grandeas recompensas tornariam a trapaça mais tentadora e, portanto, mais crianças trapaceariam. Mas se os ganhos com a trapaça fossem astronômicos, aqueles que trapacearam sofreriam pouca mudança de atitude. Muito parecido com os estudantes universitários que mentiram na condição de Festinger e Carlsmith de $ 20, aquelas crianças que trapacearam por uma recompensa substancial teriam menos necessidade de reduzir a dissonância, tendo recebido uma *abundância* de justificativas externas para seu comportamento.

Na verdade, Mills incluiu esse refinamento em seu experimento, e seus resultados apoiaram a hipótese: aqueles que trapacearam para obter uma pequena recompensa tenderam a suavizar sua atitude sobre trapacear mais do que aqueles que trapacearam para obter uma grande recompensa. Além disso, aqueles que se abstiveram de trapacear apesar da tentação de uma grande recompensa - uma escolha que criaria muita dissonância - endureceram sua atitude em relação à trapaça em maior grau do que aqueles que se abstiveram diante de uma pequena recompensa. Isso foi exatamente como previsto.

Esses resultados podem ser surpreendentes para você. Alguns de meus alunos costumavam se perguntar por que a teoria da dissonância cognitiva sempre prevê o oposto do que parece ser o bom senso. Mas quando você entende a teoria, essas previsões fazem muito sentido. De modo geral, se você deseja que alguém faça algo apenas uma vez (ou se abstenha de fazê-lo), enquanto você está parado olhando para ele, forneça a ele o maior incentivo (ou a punição mais severa) que você puder oferecer. Se você oferecer a essa pessoa um milhão de dólares para dizer que o ditador norte-

coreano é um grande humanitário, ou se você colocar uma arma na cabeça dela e ameaçar puxar o gatilho seis vezes, é provável que essa pessoa diga o que você quer - mas ela não vai acreditar. Mas se você deseja que essa pessoa desenvolva um conjunto de valores ou crenças sobre os quais ela agirá mesmo quando você não estiver presente, então ofereça à pessoa o menor prêmio que trará o comportamento que você deseja. Isso os leva a fazer o trabalho de persuadir a si mesmos, o que garante que eles continuarão a fazer essas coisas (ou se absterão de fazer essas coisas) por anos depois de você sair da sala.

Dissonância, autoconceito e autoestima

Agora quero destacar um grande afastamento da teoria original de Festinger, que foi incorporado a alguns dos exemplos de dissonância que já mencionei. No experimento de Festinger eCarlsmith, a declaração original de dissonância foi assim: A cognição “Eu acredito que a tarefa é enfadonha” é dissonante com a cognição “Eu disse que a tarefa era interessante.” Anos mais tarde, passei a reformular a teoria de uma forma que focalizasse mais a atenção na maneira como as pessoas se concebem a si mesmas.[41] Demonstrei experimentalmente que a dissonância é mais dolorosa, e estamos mais motivados a reduzi-la, em situações em que o autoconceito está ameaçado - quando fazemos algo que viola nossa visão de nós mesmos. É verdade que “Eu disse X” é dissonante com “Não acredito em X”, mas para mim, o elemento crucial é que eu enganei as pessoas. A cognição “Eu disse às pessoas algo em que não acredito” é dissonante com meu autoconceito de que “Eu sou uma boa pessoa íntegra”.

Como essa reformulação poderia prever, as pessoas têm menos probabilidade de trapacear se tiverem um autoconceito de serem honestas - não sendo “um trapaceiro” - e quando esse autoconceito for invocado. Em um experimento, alguns alunos leram instruções que destacaram sua identidade (“Por favor, não seja um trapaceiro”), enquanto outros leram instruções que destacaram a ação (“Por favor, não trapaceie”). Eles tiveram então a oportunidade de trapacear, reivindicando do experimentador dinheiro ao qual não tinham direito. O grupo “Por favor, não seja um trapaceiro” tinha muito menos probabilidade de trapacear, porque isso teria criado uma dissonância com seu autoconceito de ser honesto. O segundo grupo, que foi convidado a simplesmente se abster do comportamento de "trapacear", reivindicou mais do que o dobro de dinheiro não ganho do que as pessoas que foram convidadas a não ser "trapaceiras". Essa diferença ocorreu tanto em uma situação face a face quanto quando foi feito online privadamente.[42]

Compreender a dor da dissonância quando o autoconceito está envolvido nos ajuda a ter simpatia por indivíduos que sofrem quando dois aspectos centrais de sua identidade entram em conflito. Em um estudo, por exemplo, pesquisadores se perguntaram como gays que se identificavam fortemente com sua igreja cristã lidavam com os pronunciamentos de seus ministros de que a Bíblia proíbe a homossexualidade e que Deus odeia gays. Uma maneira de resolver a dissonância seria mudar seu comportamento - tentar suprimir sua atração sexual por outros homens, mudar sua denominação religiosa ou até mesmo abandonar completamente sua religião. Mas aqueles que decidem ficar em sua igreja podem resolver a dissonância dizendo que a Bíblia enfatiza a compaixão e o amor, e enfatizando as deficiências do ministro; por

exemplo, eles podem dizer: “Não é minha religião que promove o preconceito anti-gaye esta interpretação da Bíblia; é a estreiteza de mente deste pregador em particular. ”[43]

A importância da autoestima Quem você acha que sente a maior dissonância depois de fazer algo cruel, tolo ou incompetente: uma pessoa com alta ou baixa autoestima? A resposta são as pessoas com maior auto-estima. Eles experimentam a maior dissonância quando se comportam de maneiras que são contrárias à sua opinião elevada sobre si mesmos, e trabalharão mais para reduzi-la do que aqueles com níveis médios de auto-estima.[44] Em contrapartida, quando pessoas com baixa autoestima cometem uma ação incompetente ou antiética, elas não sentem tanta dissonância, porque a cognição "Eu fiz uma coisa horrível" está em consonância com seu autoconceito, que é o cognição “Sou um perdedor; Costumo fazer coisas horríveis. ” Os psicopatas são bastante imunes à dissonância causada pelo mau comportamento, porque a cognição “Acabei de tratar aquela pessoa de uma forma fria e sem coração” é consistente com “Sou muito bom em manipular todas aquelas pessoas estúpidas que não conseguem ver através de mim. ”[45] Uma das grandes vantagens de minha modificação da teoria da dissonância cognitiva é que, ao levar em consideração o autoconceito do psicopata e das pessoas com baixa autoestima, ela aumenta a precisão das previsões feitas pela teoria.

Minha reformulação da teoria da dissonância, no entanto, baseou-se principalmente na minha suposição de que a maioria das pessoas deseja preservar seus bons sentimentos a respeito de si mesmas. Se eles fazem algo cruel, irrefletido ou incompetente, sua auto-estima fica ameaçada - porque os faz sentir que *são* cruéis, irrefletidos ou incompetentes. Nos milhares de experimentos inspirados na teoria da dissonância cognitiva, os resultados mais claros foram obtidos nas situações em que a autoestima de uma pessoa foi ameaçada.

Testei essa ideia em colaboração com David Mettee.[46] Previmos que, dada a oportunidade de trapacear durante um jogo de cartas, os indivíduos com uma opinião negativa sobre si mesmos teriam maior probabilidade de trapacear do que os indivíduos com uma opinião elevada sobre si mesmos. Previmos que, se as pessoas receberem um golpe temporário em sua autoestima (por exemplo, se forem rejeitadas por seu amante ou reprovadas em um exame) e, assim, se sentirem deprimidas e sem valor, é mais provável que trapaceiem nas cartas, chutem seu cachorro, ou fazer outras coisas ignóbeis. Em função do sentimento de que são pessoas inferiores, os indivíduos cometerão atos inferiores.

Em nosso experimento, modificamos temporariamente a auto-estima de estudantes universitários, dando-lhes informações falsas sobre suas personalidades. Depois de fazer um teste de personalidade, alguns receberam feedback positivo e disseram que o teste indicava que eram maduros, interessantes, profundos e assim por diante. Outro grupo recebeu feedback negativo e disse que o teste indicou que eles eram relativamente imaturos, desinteressantes, um tanto superficiais e coisas do gênero.

Imediatamente depois, todos eles jogaram um jogo de azar que não tinha nenhuma relação aparente com o inventário de personalidade. Eles foram autorizados a apostar dinheiro e disseram que poderiam ficar com o que quer que ganhassem. No decorrer do jogo, eles tiveram algumas oportunidades de trapacear em uma situação em que parecia impossível ser detectado. A situação foi arranjada de forma que, se um aluno decidisse

não trapacear, certamente perderia, ao passo que, se decidisse trapacear, certamente ganharia uma quantia considerável. Os alunos que já haviam recebido informações destinadas a diminuir sua autoestima trapacearam muito mais do que aqueles que receberam informações de alta autoestima. O grupo de controle - aqueles que não receberam nenhuma informação - ficou exatamente no meio.

Essas descobertas sugerem que pais e professores devem estar alertas para as consequências potencialmente de longo alcance de seu próprio comportamento, uma vez que afeta a autoestima de seus filhos e alunos. Se a auto-estima elevada pode servir como um amortecedor contra o comportamento desonesto e promover o comportamento desejável, então pode parecer razoável fazer todo o possível para ajudar as pessoas a aprenderem a se respeitar. Em apoio a essa ideia, Geoffrey Cohen e seus associados[47] descobriram que as crianças afro-americanas recebiam notas significativamente mais altas se, no início do ano letivo, seus sentimentos de auto-estima fossem reforçados por tarefas em sala de aula que as fizessem se concentrar em seus valores e qualidades pessoais.

Devemos ser cautelosos ao generalizar a partir desses resultados. É improvável que o fortalecimento da autoestima produza efeitos positivos se for feito de forma artificial ou superficial, ou se a autoestima da pessoa não estiver alicerçada na realidade.[48] Além disso, é importante separar *a autoestima* saudável do *narcisismo* , tendo um falso senso de grandiosidade e superioridade em relação aos outros. Uma pessoa com autoestima saudável e realisticamente fundamentada, quando recebe uma crítica construtiva, diz: "Por que, obrigada!" Não é assim para narcisistas.

Roy Baumeister, Brad Bushman e Keith Campbell[49] descobriram que quando os narcisistas são ameaçados por críticas, eles costumam agredircontra seus críticos, na tentativa de se vingar e restaurar sua autoimagem ameaçada. Eles pediram aos participantes que escrevessem um ensaio e depois o entregassem a um parceiro para criticar. Depois de receber as críticas, os participantes tiveram a oportunidade de expressar hostilidade contra seus parceiros, explodindo-os com um ruído desagradável, em qualquer nível de decibéis que escolhessem. As pessoas que aumentaram o ruído do gerador para os níveis mais altos foram aquelas que tiveram pontuações altas em medidas de autoestima e narcisismo e cuja opinião inflada sobre si mesmas foi ameaçada. Christina Salmivalli e seus colegas[50] sugerem que essa síndrome, “alta autoestima narcisista”, não é, de forma alguma, uma alta autoestima genuína; em vez disso, é fino como papel, autoengrandecedor e baseado em sentimentos de insegurança. Esse é o tipo de autoestima que você encontra nos agressores de escola, enquanto os jovens com autoestima genuinamente alta ficam mais seguros e não se envolvem com o bullying. Na verdade, eles tentam defender as vítimas do agressor.

Agora estamos em posição de estabelecer um princípio geral sobre dissonância e o autoconceito: Os efeitos de dissonância são maiores quando:

(1) as pessoas se sentem pessoalmente responsáveis por suas ações,

(2) as ações das pessoas entram em conflito com um aspecto central de seu autoconceito,

(3) as ações das pessoas têm consequências graves, e

(4) a ação é irrevogável; uma pessoa não pode voltar atrás.

Nessas quatro condições, as pessoas sentirão mais dissonância; e quanto maior sua dissonância, mais suas atitudes mudarão. O fato de que a dissonância é despertada sempre que o autoconceito é questionado tem muitas ramificações interessantes. Vejamos alguns deles.

A justificativa do esforço

Se sofrermos para conseguir algo, é provável que gostemos mais do que se viesse com mais facilidade. E se esse algo não for atraente, talvez tenhamos que fazer algum trabalho criativo para justificar nossos esforços.

Suponha que você seja um estudante universitário que decide ingressar em uma fraternidade. Para ser admitido, você deve passar por uma iniciação; vamos supor que seja um tanto severo que envolva esforço, dor ou constrangimento. Depois de completar com sucesso a provação, você é admitido na fraternidade. Quando você se muda para a casa da fraternidade, você descobre queseu novo colega de quarto tem alguns hábitos ruins: ele pede dinheiro emprestado e se esquece de lhe pagar, deixa roupa suja em sua cama e usa suas coisas sem pedir. Uma pessoa objetiva o veria como um desajeitado imprudente. Mas você não é uma pessoa objetiva; sua percepção de que você passou pelo inferno para entrar na fraternidade a fim de viver com um desleixado imprudente é dissonante com sua visão de si mesmo como uma pessoa racional e inteligente que toma boas decisões. Para reduzir a dissonância, você tentará ver seu colega de quarto e sua experiência da maneira mais favorável possível. Novamente, existem restrições impostas pela realidade - não importa quanta dor e esforço você tenha feito, não há como um desajeitado desleixado se tornar Príncipe Encantado - mas, com um pouco de engenhosidade, você pode se convencer de que ele não é tão mau . O que algumas pessoas podem chamar de desleixado, por exemplo, você pode chamar de descontraído. Como ele é tão simpático e despreocupado com as coisas materiais, é certamente compreensível que ele pegasse emprestado e manchasse sua melhor jaqueta e se esquecesse dos $ 50 que lhe deve.

Ele não é Príncipe Encantado, mas certamente é tolerável. Compare esse ponto de vista com o que teria sido sua atitude se você não tivesse feito nenhum investimento de esforço: suponha que você tivesse se mudado para um dormitório normal do campus e recebido o mesmo sujeito com os mesmos hábitos ruins. Como você não escolheu esta sala, nem fez qualquer investimento para obtê-la, sentiria insatisfação, mas não dissonância; como você não sente dissonância, não precisa ver seu colega de quarto da melhor maneira possível. Você poderia rapidamente classificá-lo como um desleixado imprudente e tentar tomar providências para se mudar.

Essas especulações foram testadas em um experimento clássico que fiz há mais de cinco décadas com meu amigo Judson Mills.[51] Neste estudo, mulheres universitárias se ofereceram para participar de um grupo que se reunia regularmente para discutir vários aspectos da psicologia do sexo. As mulheres foram informadas de que, se quisessem entrar, primeiro teriam que passar por um teste de triagem criado para garantir que todos os admitidos no grupo pudessem discutir sexo livre e abertamente. Essa instrução serviu para preparar o terreno para o procedimento de iniciação. Um terço das mulheres foi

submetido a um severo procedimento de iniciação, que exigia que recitasse em voz alta uma lista de palavras obscenas. Um terço dos alunos foi submetido a um procedimento moderado, no qual recitaram uma lista de palavras sexuais, mas não obscenas. O terço final dos participantes foi admitido no grupo sem passar por uma iniciação. Cada participante foi então autorizado a ouvirem uma discussão conduzida pelos membros do grupo ao qual ela acabara de entrar. Embora as mulheres tenham sido levadas a acreditar que a discussão era viva e contínua, elas na verdade ouviram uma discussão pré-gravada, planejada para ser o mais tediosa e bombástica possível. Posteriormente, cada participante foi solicitado a avaliar a discussão em termos do quanto ela gostou, quão interessante foi, quão inteligentes os participantes eram e assim por diante.

Os resultados corroboraram nossas previsões: As mulheres que fizeram pouco ou nenhum esforço para entrar no grupo não gostaram muito da discussão. Eles foram capazes de ver o que realmente era: uma perda de tempo monótona e enfadonha. Aqueles que passaram por uma iniciação severa, entretanto, conseguiram se convencer de que a mesma discussão era interessante e valiosa.

Outros investigadores, usando diferentes tipos de iniciações desagradáveis, obtiveram os mesmos resultados que nós. Por exemplo, Harold Gerard e Grover Mathewson[52] conduziram um experimento semelhante em conceito ao estudo Aronson-Mills, exceto que os participantes na condição de iniciação severa receberam choques elétricos dolorosos em vez de uma lista de palavras obscenas para ler em voz alta. Aqueles que passaram por uma série de choques elétricos severos para se tornarem membros de um grupo gostaram mais desse grupo do que aqueles que sofreram uma série de choques elétricos leves.

Não estou afirmando que as pessoas gostam de experiências dolorosas - elas não; nem estou dizendo que as pessoas gostam das coisas porque estão associadas a experiências dolorosas. O que estou dizendo é que se uma pessoa passa por uma experiência difícil ou dolorosa para atingir algum objetivo ou objeto, esse objetivo ou objeto se torna mais atraente - um processo denominado **justificação do esforço** . Se, no seu caminho para um grupo de discussão, um vaso de flores caiu de uma borda e você foi atingido na cabeça, você não gostaria mais daquele grupo; mas se você se *ofereceu* para levar um vaso de flores na cabeça para se juntar ao grupo, com certeza gostaria mais do grupo.[53]

justificativa do esforço:

quando uma pessoa passa por uma experiência difícil ou dolorosa para atingir algum objetivo ou objeto, tornando esse objetivo ou objeto mais atraente

O biólogo Robert Sapolsky[54] descreve um fenômeno médico ocorrido no século XX que demonstra bem a justificativa do esforço. Naquela época, alguns médicos suíços acreditavam que podiam retardar o processo de envelhecimento ao injetar testosterona nos homens. Como disse Sapolsky:

Assim, desenvolveu-se uma mania de cavalheiros idosos e endinheirados que se hospedavam em impecáveis sanatórios suíços e recebiam injeção diária em suas costas com extratos testiculares de cães, de galos, de macacos. Na década de 1920, capitães da indústria, chefes de estado, líderes religiosos famosos - todos estavam fazendo isso e

relatando resultados maravilhosos. Não porque a ciência seja precisa, mas porque se você está pagando uma fortuna por dolorosas injeções diárias de extrato de testículo de cachorro, há um certo incentivo para decidir que você se sente como um jovem touro. Um grande efeito placebo.

Na maioria das situações dissonantes, há mais de uma maneira de reduzir a dissonância. No experimento de iniciação, por exemplo, as mulheres se convenceram de que o grupo era interessante. É esta a única maneira que eles poderiam ter reduzido a dissonância? Não. Outra maneira de entender o esforço que despendemos é revisar nossa memória do passado - isto é, não lembrar como as coisas eram *antes de* sofrermos ou trabalharmos duro.

Em um experimento de Michael Conway e Michael Ross,[55] um grupo de alunos participou de um curso de habilidades de estudo que prometeu mais do que cumpriu; outro grupo de alunos se inscreveu, mas não participou. Quer tenham feito o curso ou não, todos os alunos foram solicitados a avaliar suas habilidades de estudo. Após três semanas de treinamento inútil, os alunos queriam acreditar que suas habilidades haviam melhorado, mas os dados objetivos mostraram que não; eles ainda estavam indo tão mal em seus estudos. Como eles poderiam reduzir a dissonância entre “trabalhei muito para melhorar” e “não o fiz”? Isso foi feito por não lembrar como suas habilidades eram ruins antes de fazerem o curso e subestimar as habilidades que eles tinham antes de se matricularem. Os alunos que se inscreveram, mas não participaram, não demonstraram tal comportamento autojustificativo; suas lembranças de autoavaliações anteriores eram precisas. Este estudo pode explicar por que as pessoas que gastam tempo e dinheiro para ficar em forma podem se sentir satisfeitas mesmo que não tenham um sucesso total. Eles podem não ser capazes de se convencer de que alcançaram seus objetivos, mas podem superestimar o progresso que fizeram, distorcendo suas memórias de como estavam fora de forma antes de entrarem no treinamento. Conway e Ross chamam essa técnica de autojustificação de "conseguir o que deseja revisando o que você tinha".

A justificativa da crueldade

Tenho afirmado repetidamente que precisamos nos convencer de que somos pessoas decentes e razoáveis. Agora, suponha que você fez algo que feriu de forma séria e inequívoca uma pessoa inocente:Você postou um boato sobre um amigo que acabou não sendo verdadeiro ou enviou uma mensagem de texto ao seu parceiro romântico com um insulto espontâneo, mas desagradável. Sua cognição "Eu sou uma boa pessoa" seria dissonante com sua cognição "Eu magoei outra pessoa". Se o dano for óbvio, você não poderá reduzir a dissonância mudando de opinião sobre o que aconteceu e dizendo alegremente a si mesmo que não causou nenhum dano. Nessa situação, a maneira mais eficaz de reduzir a dissonância seria maximizar a culpabilidade da vítima por sua ação - dizendo a si mesmo que a vítima mereceu o que recebeu, seja porque ele fez algo para causar isso a si mesma ou porque ela era uma pessoa má.

Esse mecanismo pode operar mesmo que você não tenha prejudicado diretamente a vítima, mas não goste da pessoa e esteja esperando que algo lhe sobrevenha. Por exemplo, durante uma marcha de protesto pacífica em 1970 contra a guerra do Vietnã - uma guerra que estava criando uma polarização política e cultural tão profunda em todo o

país quanto vemos hoje - quatro estudantes da Kent State University foram baleados e mortos por membros do Ohio Guarda Nacional. Outros nove ficaram feridos e um paralisado para o resto da vida. Rapidamente, os boatos se espalharam - mesmo antes de haver o Twitter: as mulheres assassinadas estavam grávidas (e, portanto, por implicação, sexualmente promíscuas); os alunos mortos estavam cheios de piolhos; as vítimas estavam tão infectadas com a sífilis que estariam mortas em duas semanas, e assim por diante. Esses rumores eram absurdos e totalmente falsos. Por que os habitantes da cidade estavam tão ansiosos para acreditar e divulgá-los? É impossível saber com certeza, mas meu palpite é que foi por motivos semelhantes aos que se espalharam pelos boatos entre as pessoas nas cidades indianas após o terremoto: Os boatos eram reconfortantes.

Imagine a situação: Kent é uma pequena cidade conservadora em Ohio. Muitos dos habitantes da cidade ficaram furiosos com o comportamento radical de alguns dos alunos. Alguns provavelmente esperavam que os alunos recebessem seu castigo, mas a morte era mais do que eles mereciam. Em tais circunstâncias, qualquer informação que colocasse as vítimas em uma situação ruim ajudava a reduzir a dissonância ao sugerir que era, de fato, uma coisa boa que elas morressem, ou pelo menos uma coisa inevitável, considerando o quão pecaminosos e doentes todos eles eram. Vários membros da Guarda Nacional de Ohio firmemente afirmaram que os manifestantes *mereciam* morrer, e um professor de segundo grau local chegou a afirmar que "qualquer pessoa que apareça nas ruas de uma cidade como Kent com cabelo comprido, roupas sujas ou descalço merece ser baleado. ” Essa opinião, acrescentou ela, se aplicava até mesmo a seus próprios filhos.[56]

Embora poucas pessoas tenham sido tão radicais em sua condenação das vítimas quanto o professor do ensino médio, quase todos podem ser influenciados, sob certas condições, a justificar a crueldade cometida contra vítimas inocentes. É por isso que é essencial para o psicólogo social se afastar da confusão do mundo real (temporariamente) e testar as previsões no mundo mais controlado do laboratório experimental. Idealmente, se quisermos medir a mudança de atitude como resultado da dissonância, devemos saber quais eram as atitudes *antes* da ocorrência do evento que despertou a dissonância.

Tal situação foi produzida em um experimento conduzido por Keith Davis e Edward Jones.[57] Eles pediram aos alunos, um de cada vez, que assistissem a um jovem (um cúmplice deles) sendo entrevistado e, em seguida, descrevessem suas opiniões gerais sobre ele. Em seguida, os alunos foram instruídos a fornecer ao cúmplice uma análise pré-arranjada de suas deficiências como ser humano. Depois de lhe contar coisas que sabiam que certamente o machucariam - que o consideravam superficial, indigno de confiança e chato - eles se convenceram de que ele merecia ser insultado dessa maneira; ora, ele realmente *era* superficial e chato. A opinião deles sobre ele havia se tornado muito mais negativa do que antes de dizerem as coisas que o magoavam diretamente. Essa mudança na visão de sua vítima ocorreu mesmo que todos os participantes estivessem cientes de que o outro aluno não havia feito nada para merecer sua crítica e que eles estavam apenas respondendo às instruções do experimentador.

Um experimento de David Glass[58] teve um resultado semelhante. Neste estudo, quando induzidos a aplicar uma série de choques elétricos em outras pessoas, indivíduos que se

consideravam pessoas boas e decentes denegriam suas vítimas por terem causado essa dor. Esse resultado foi mais forte entre as pessoas com alta autoestima. Se eu sou apenas uma pessoa com baixa auto-estima que acredita que estou sempre ferindo os sentimentos de outras pessoas, então fazer os outros sofrer não introduz muita dissonância; portanto, tenho pouca necessidade de me convencer de que eles mereceram. Aqui está a ironia: é exatamente porque me considero uma pessoa tão legal que, se faço algo que lhe causa dor, devo me convencer de que você é um rato. Porque caras legais como eu não saem por aí machucando pessoas inocentes, você deve ter merecido cada coisa desagradável que eu fiz para você.

Uma condição, entretanto, limita a justificativa da crueldade: a capacidade da vítima de retaliar. Se a vítima é capaz e está disposta a retaliar em algum momento futuro, então um causador de danos sente que a equidadeserá restaurado e, portanto, não há necessidade de justificar a ação denegrindo a vítima. Em um experimento de Ellen Berscheid e seus associados,[59] estudantes universitários se ofereceram para um experimento em que cada um deles aplicou um doloroso choque elétrico em um colega; como esperado, cada participante menosprezou a vítima por ter dado o choque. Mas metade dos alunos foi informada de que haveria uma reviravolta - ou seja, os outros alunos teriam a oportunidade de chocá- *los* . Aqueles que foram levados a acreditar que suas vítimas seriam capazes de retaliar tinham menos dissonância para reduzir e, portanto, não precisavam menosprezar suas vítimas para se convencerem de que as vítimas mereciam.

Esta pesquisa tem implicações sérias: mostra que as pessoas não cometem atos de crueldade e saem ilesas. Quando estamos envolvidos em uma guerra na qual, por meio de nossas ações, muitas pessoas inocentes estão sendo mortas, podemos tentar culpar as vítimas para justificar nossa cumplicidade - especialmente as vítimas civis que não podem retaliar. Um fenômeno triste, embora universal, é que todas as culturas tendem a **desumanizar** seus inimigos chamando-os de nomes cruéis e considerando-os “vermes”, “animais”, “brutos” e outras criaturas não humanas. Durante a Segunda Guerra Mundial, os americanos chamaram os japoneses de "japoneses" e os retrataram como dissimulados e diabólicos; durante a Guerra do Vietnã, os soldados americanos se referiam aos vietnamitas como “gooks”; durante as guerras no Iraque e no Afeganistão, os soldados americanos começaram a se referir ao inimigo como “ragheads” por causa dos turbantes ou outros cocares que muitos árabes e muçulmanos usam. O uso dessa linguagem é uma forma de diminuir a dissonância: “Eu sou uma pessoa boa, mas estamos lutando e matando essas outras pessoas; portanto, eles devem merecer tudo o que receberem, porque eles não são totalmente humanos como nós. ” Mas, uma vez que tenhamos conseguido fazer isso, cuidado, porque a desumanização torna mais fácil ferir e matar “subumanos” do que ferir e matar outros seres humanos. Portanto, reduzir a dissonância dessa forma aumenta a probabilidade de que as atrocidades que estamos dispostos a cometer agora justifiquem que cometamos mais atrocidades com o tempo.[60]

desumanizar:

o processo de ver as vítimas como não humanos, o que diminui as inibições contra ações agressivas e também torna a agressão contínua mais fácil e mais provável

Muitas vezes as pessoas justificam outros atos, além da violência da guerra, que podem alimentar hostilidade e discriminação. Só para dar um exemplo selvagem, imagine que você vive em uma sociedade em que crianças pobres, muitas das quais são negras e latinas, foram impedidas de frequentar escolas públicas de primeira linha. Em vez disso, eles receberam uma educação de segunda categoria e muitas vezes estultificante. Como consequência, essas criançastornam-se menos educados e menos motivados do que crianças brancas de classe média e alta, terminando mal nos testes de desempenho. Tal situação oferece uma oportunidade de ouro para os líderes cívicos justificarem o status quo e, portanto, reduzirem a dissonância. “Veja”, eles podem dizer, “essas crianças são estúpidas e incapazes de serem ensinadas (porque têm um desempenho ruim nos testes de desempenho); veja como fomos espertos quando decidimos não desperdiçar nosso dinheiro suado de impostos, tentando fornecer-lhes uma educação de alta qualidade. ” Essa profecia autorrealizável fornece uma justificativa perfeita para negligenciar ainda mais os menos favorecidos. John Jost e seus colegas[61] estudaram esse fenômeno, que eles chamam de *justificativa do sistema* : Muitas pessoas que nasceram nos níveis mais elevados da sociedade, que têm a maior riqueza e poder, justificam essa posição por acreditar que têm direito a ela em virtude de suas habilidades superiores e nativas talentos, ao passo que todas as pessoas pobres e com dificuldades são incapazes ou desmotivadas demais para ter sucesso. Como o técnico de futebol americano Barry Switzer disse uma vez: “Algumas pessoas nascem na terceira base e passam a vida pensando que acertaram um triplo”.

Em última análise, como continuo repetindo, as pessoas são responsáveis por suas próprias ações. Nem todo mundo desumaniza seus oponentes, ou pessoas que estão economicamente piores do que eles, ou mesmo os inimigos de sua nação. Mas a teoria da dissonância identifica o mecanismo no cerne da desumanização - a razão pela qual tantas pessoas recorrem a ela para preservar sua opinião sobre si mesmas como certas, morais e boas. Há boas notícias nesta pesquisa. Porque a desumanização está enraizada no desejo de nos sentirmos melhor sobre nós mesmos diante dos infortúnios dos outros, expressar nossos sentimentos negativos - nojo, tristeza, choque, terror - que a situação da vítima inspira elimina nossa necessidade de desumanizá-la.

Considere um experimento conduzido por Kent Harber e seus associados.[62] Os participantes assistiram a uma cena de bar perturbadoramente violenta e explícita de *The Accused* , em que uma jovem chamada Sarah flerta e dança com um dos homens, que se torna mais agressivo ao apalpá-la sexualmente. Ela tenta impedi-lo, com medo crescente, mas ele a imobiliza e a estupra; outros clientes do bar juntam-se ao ataque, enquanto ela luta desesperadamente contra eles. A cena claramente retrata Sarah como uma vítima relutante, mas também a mostra bebendo muito, vestindo roupas reveladoras e dançando provocativamente. Nada que ela faça justifica remotamente a brutalidade do que é feito a ela, mas para os espectadores inclinados a "culpar a vítima", seu vestido eações dão-lhes munição. Posteriormente, os participantes foram convidados a escrever sua avaliação do que tinham visto. O grupo de “supressão” foi instruído a suprimir seus sentimentos e escrever apenas sobre detalhes factuais, como o que as pessoas estavam vestindo. Os participantes do grupo de “revelação” foram instruídos a expressar livremente seus pensamentos e sentimentos mais profundos sobre o filme designado. Uma semana depois, todos avaliaram Sarah. Se ela tivesse mostrado mau julgamento, poderia ter feito

mais por si mesma, foi simpática e agradável, foi irresponsável, foi moral, foi alguém com quem os participantes se identificaram, ela trouxe suas dificuldades para si mesma? As respostas foram combinadas em uma medida de culpa. Quanto mais angústia os telespectadores reconheciam e expressavam, menos culpavam a vítima. Em contraste, aqueles instruídos a suprimir suas emoções culparam Sarah mais prontamente.

A culpa das vítimas, ao que parece, está enraizada em nossa necessidade de justificar a nós mesmos e nossas atitudes para com os menos afortunados ou que são vítimas de crimes, pobreza ou eventos trágicos. Notavelmente, às vezes pode ser evitado reconhecendo e expressando nossa própria angústia e sentimentos humanos, antes que se transforme em algo mais desagradável.

A psicologia da inevitabilidade

George Bernard Shaw foi duramente atingido pelo alcoolismo de seu pai, mas tentou amenizar isso. Certa vez, ele escreveu: “Se você não consegue se livrar do esqueleto da família, é melhor fazê-lo dançar”.[63] Em certo sentido, a teoria da dissonância descreve as maneiras como as pessoas fazem seus esqueletos dançarem - de tentar tirar o melhor proveito de resultados desagradáveis. Isso é particularmente verdadeiro quando surge uma situação que é negativa e inevitável.

E que situação é mais negativa e inevitável para crianças pequenas do que comer vegetais que odeiam? Em um experimento, Jack Brehm[64] fez com que as crianças se oferecessem para comer um vegetal que eles haviam dito anteriormente que não gostavam muito. Depois, ele levou metade das crianças a acreditar que poderiam comer muito mais daquela verdura no futuro; as demais crianças não foram informadas. As crianças que foram levadas a acreditar que no futuro comeriam vegetais, conseguiram se convencer de que o vegetal não era tão ruim. Em suma, a cognição "Não gosto desse vegetal" é dissonante com a cognição "Comerei esse vegetal no futuro." Para reduzir odissonância, as crianças passaram a acreditar que o vegetal não era realmente tão nocivo quanto pensavam anteriormente.

John Darley e Ellen Berscheid[65] mostraram que o mesmo fenômeno funciona tanto com pessoas quanto com vegetais. Em seu experimento, as universitárias se ofereceram para participar de uma série de reuniões nas quais cada estudante estaria discutindo seu comportamento sexual e padrões sexuais com uma mulher que ela não conhecia. Antes de iniciar essas discussões, cada participante recebeu duas pastas. Cada pasta continha uma descrição da personalidade de uma jovem que supostamente se apresentara como voluntária para a mesma experiência; as descrições continham uma mistura de características agradáveis e desagradáveis. Metade das participantes foi levada a acreditar que iria interagir com a jovem descrita na pasta A, e os demais participantes foram levados a acreditar que iria interagir com a mulher descrita na pasta B. Antes de conhecer essas mulheres, as participantes foram solicitados a avaliar cada um deles com base nas descrições de personalidade que haviam lido. Aqueles que achavam que seria inevitável compartilhar seus segredos íntimos com a jovem descrita na pasta A a achavam muito mais atraente do que a descrita na pasta B, enquanto aqueles que acreditavam que deveriam interagir com a jovem descrita na pasta B encontrada *ela* muito mais atraente. O conhecimento de que inevitavelmente passará tempo com outra pessoa aumenta os

aspectos positivos dessa pessoa - ou pelo menos diminui a ênfase em seus aspectos negativos.

As pessoas tendem a tirar o melhor proveito de algo que sabem que vai acontecer. Assim como acontece com os vegetais, a inevitabilidade torna o coração mais afetuoso. Retirar a ênfase do negativo é uma estratégia adaptativa quando o que está reservado é um vegetal desagradável ou o encontro com uma nova pessoa, mas às vezes essa estratégia pode ser desastrosa. As pessoas que moram na Costa Oeste, principalmente os californianos, por exemplo, sabem que um dia desses um grande terremoto vai acontecer. Pessoas racionais sem dúvida reconheceriam o perigo e trabalhariam para se preparar, aprendendo tudo o que pudessem sobre ele e tomando precauções de segurança, certo? Não. Mesmo entre pessoas bem-educadas, uma resposta típica a uma catástrofe inevitável é não fazer nada para se preparar para ela. Darrin Lehman e Shelley Taylor[66] entrevistaram 120 alunos de graduação da UCLA e descobriram que, embora todos soubessem da ameaça do terremoto, apenas 5% haviam tomado precauções de segurança (como localizar o extintor de incêndio mais próximo); apenas um terço sabia que a melhor açãotomar durante um terremoto é rastejar para baixo de uma mesa ou outra peça de mobília pesada; e nenhum entrevistado havia tomado medidas preparatórias recomendadas por especialistas.

Os estilos de enfrentamento, entretanto, variaram em função da situação de vida dos alunos. Os alunos que vivem em residências com risco sísmico têm maior probabilidade do que aqueles que vivem em residências relativamente seguras de lidar com o desastre iminente, recusando-se a pensar sobre isso ou minimizando os danos esperados. Mas se você tem certeza de que haverá um terremoto, como pode justificar continuar morando em um conjunto residencial inseguro? Fácil - você nega que algum dia haverá um terremoto e se recusa a pensar sobre isso. Respostas que se autojustificam a eventos perigosos e inevitáveis podem ser reconfortantes a curto prazo. Mas quando eles nos impedem de tomar medidas para aumentar nossa segurança, essas respostas podem, a longo prazo, ser mortais.

Talvez você tenha notado a curiosa diferença entre as respostas de crianças diante de um vegetal desagradável ou de estudantes universitários diante de uma interação inevitável com outra pessoa, por um lado, e as respostas dos alunos da UCLA à ameaça de um terremoto iminente, por outro lado . Nas primeiras situações, as pessoas aceitam o inevitável e abraçam atitudes que enfatizam os aspectos positivos do evento inevitável. A última situação, no entanto, envolve o confronto de um evento altamente provável com risco de vida e em grande parte incontrolável. Seria esticar os limites da imaginação humana redefinir um grande terremoto como desejável - ou como algo menos que uma catástrofe. E não podemos evitar terremotos; o melhor que podemos esperar é responder de forma adaptativa a um, sem nenhuma garantia de que as medidas de segurança nos salvem realmente. Portanto, a natureza de nossa resposta pode depender de se acreditamos que as medidas preventivas irão genuinamente aumentar nosso senso de controle sobre o inevitável. Se tais passos parecerem fúteis, a perspectiva de despender esforços servirá apenas para aumentar ainda mais nosso sentimento de dissonância. Sob tais circunstâncias, provavelmente justificaremos não tomar medidas de segurança

negando a probabilidade do desastre potencial ou subestimando enormemente sua magnitude.

você pode ver onde isso vai dar? Os cientistas chegaram a um consenso internacional de que o aquecimento global representa uma grande ameaça para o planeta, mas muitos americanos permanecem despreocupados com ele ou pensam que a mudança climática é uma "farsa". A teoria da dissonância sugere que se os cientistas querem motivar as pessoas a tomarem medidas imediatassobre o aquecimento global, será vital também convencê-los de que fazer algo a respeito está sob seu controle. O simples fato de alimentar seus medos provavelmente os fará negar sua existência ou desconsiderar ativamente as evidências científicas.

Aplicações Práticas da Teoria da Dissonância

Uma das razões pelas quais a teoria da dissonância cognitiva atraiu enorme interesse e inspirou tantas pesquisas é sua capacidade de explicar e prever o comportamento das pessoas que desafia o bom senso. Além disso, a teoria da dissonância é responsável por muitos fenômenos, que vão desde como os rumores são espalhados até como as pessoas mudam suas atitudes e comportamentos, desde a prática de sexo seguro até a redução do preconceito racial. Além de seu poder de nos ajudar a compreender e prever, uma teoria tem um valor particular se puder ser aplicada na prática de maneiras que beneficiem as pessoas. Passo agora a algumas aplicações notáveis da teoria.

Preservativos e conservação Como vimos no caso da preparação para terremotos (ou melhor, da falta dela), uma maneira de permanecer alheio à dissonância é recusando-se firmemente a prestar muita atenção ao que estamos fazendo. Na década de 1980, quase 17.000 americanos morreram na epidemia de AIDS e centenas de milhões de dólares foram gastos em campanhas de prevenção da AIDS na mídia de massa. Embora essas campanhas tenham sido razoavelmente eficazes na transmissão de informações sobre como a doença foi transmitida e a importância dos preservativos para o sexo seguro, elas não tiveram tanto sucesso em impedir que as pessoas se envolvessem em comportamentos sexuais de risco. Os universitários sexualmente ativos sabiam que a AIDS era um problema sério, mas apenas uma pequena porcentagem usava preservativos regularmente. Quando solicitados a explicar o porquê, eles ofereceram os motivos familiares: Os preservativos eram inconvenientes, pouco românticos e os lembravam de doenças. (As pessoas geralmente não gostam de pensar na morte quando estão se preparando para fazer amor.) Assim, como os pesquisadores têm consistentemente descoberto, as pessoas se iludem - neste caso, acreditando que, embora a AIDS seja um problema sério, eles próprios são não está em risco.[67] Se os meios de comunicação de massa têm sido ineficazes, há algo que pode ser feito para sacudir as pessoas de sua negação?

Durante o auge da epidemia de AIDS, meus alunos e eu desenvolvemos um método para convencer os homens a usar preservativos usando um variação do paradigma “dizer para acreditar” discutido anteriormente. No típico experimento “dizer para crer”, os indivíduos são solicitados a fazer um discurso defendendo um ponto de vista que vai contra sua própria opinião. Isso desperta dissonância; a dissonância é então reduzida mudando sua

atitude para alinhá-la mais com sua fala. Fiquei imaginando como esse paradigma poderia ser aplicado à epidemia de AIDS.

Como pesquisador, aqui está o problema que enfrentei: Quando se tratava de praticar sexo seguro, quase todo mundo sabia o que *deveria* fazer, mas quase ninguém queria fazer. Então, como você faz os homens experimentarem dissonância argumentando a favor do uso de preservativos quando eles já acreditam que o uso de preservativos é uma boa ideia? É um dilema. E então chegamos a uma solução: como os homens estavam se isolando da dissonância por meio do mecanismo da negação, os experimentadores iriam cortar essa negação confrontando-os com sua própria hipocrisia. Esse método teve tanto sucesso que passou a ser chamado de “paradigma da hipocrisia”. Baseia-se no fato de que quase todos nós estamos em busca pessoal de integridade.

Começamos pedindo a estudantes universitários que redigissem um discurso descrevendo os perigos da AIDS e defendendo o uso de preservativos “toda vez que você fizer sexo”.[68] Todos os alunos estavam mais do que dispostos a fazê-lo, pois todos acreditavam que era uma boa ideia os homens sexualmente ativos usarem preservativo. (Bem, outros caras, de qualquer maneira.) Em uma condição, os alunos apenas compuseram os argumentos. Em outra condição, após a composição da argumentação, os alunos foram solicitados a gravar sua argumentação em um videoteipe que seria exibido para uma plateia de alunos do ensino médio em uma aula de educação sexual. Antes de fazer o discurso, metade dos alunos em cada condição foram informados de suas próprias falhas anteriores no uso de preservativos, fazendo uma lista das circunstâncias em suas próprias vidas em que acharam particularmente difícil, estranho ou "impossível" de usar preservativos.

Essencialmente, então, os participantes que fizeram um vídeo para alunos do ensino médio, após terem sido alertados sobre sua própria relutância em usar preservativos, estavam em um estado de alta dissonância. Nós os deixamos cientes de sua própria hipocrisia ao pregar a alunos do ensino médio um comportamento que eles próprios não praticavam. Para evitar se sentirem hipócritas e manter sua autoestima, eles precisariam começar a praticar o que pregavam. E é exatamente isso que encontramos. Alunos na condição de hipocrisiaeram muito mais propensos a comprar preservativos (expostos em uma mesa fora da sala experimental) do que em qualquer uma das outras condições. Além disso, vários meses depois, uma grande proporção dos alunos nessa condição relatou que usava preservativo regularmente.

O paradigma da hipocrisia também tem sido usado para atacar outros problemas, como o problema da conservação da água. Mulheres em banheiros públicos na Universidade da Califórnia foram abordadas e convidadas a assinar uma petição e emprestar seu nome para o esforço de persuadir as pessoas a tomar banhos curtos. Depois de assinar a petição, seu nome foi colado em uma placa que dizia: “TOMAR CHUVEIROS CURTOS. SE EU POSSO FAZER, VOCÊ TAMBÉM PODE! ” Depois de adicionar seu nome ao sinal, alguns dos alunos foram convidados a pensar em todas as vezes em que falharam no último mês em tomar banhos curtos, o que destacou a dissonância entre sua pregação e sua prática. Mais tarde, essas mulheres foram (discretamente) observadas e cronometradas no banheiro. Aqueles que se conscientizaram de sua hipocrisia tomaram banhos significativamente mais curtos. Esse tipo de técnica de auto-persuasão pode ser

usada sempre que quisermos que as pessoas façam mais do que elas já concordam ser uma coisa boa, como exercícios, estudos, reciclagem, uso de protetor solar - o que você quiser.[69]

Lançando luz sobre o poder dos líderes de culto A teoria da dissonância tem se mostrado útil como uma forma de aumentar nossa compreensão de eventos que confundem totalmente nossa imaginação - como o enorme poder que líderes de culto como Jim Jones (o massacre em Jonestown, Guiana) e Marshall Herff Applewhite (o grupo suicida do culto Heaven's Gate) dominou os corações e mentes de seus seguidores. Vamos nos concentrar no massacre de Jonestown descrito no Capítulo 1 . Como um único indivíduo pode ter tal poder que, sob seu comando, centenas de pessoas matariam seus próprios filhos e a si mesmas? A tragédia em Jonestown é muito complexa para ser totalmente compreendida por uma única explicação. Mas uma pista emana do fenômeno do pé-na-porta discutido anteriormente: Jim Jones extraiu a confiança de seus seguidores um passo de cada vez. Na verdade, um exame minucioso revela uma cadeia de compromissos cada vez maiores por parte de seus seguidores.

Vamos começar do início. É fácil entender como um líder carismático como Jones pode extrair dinheiro dos membros de sua igreja. Uma vez que eles se comprometeram a doaruma pequena quantia de dinheiro em resposta à sua mensagem de paz e fraternidade universal, eles saíram da pirâmide em sua direção - e sentirão a necessidade de justificar sua decisão de dar-lhe dinheiro. Portanto, ele pode solicitar e receber mais. Em seguida, ele induz as pessoas a venderem suas casas e a entregar o dinheiro à igreja. Em breve, a seu pedido, vários de seus seguidores levantam o jogo, deixando suas famílias e amigos, e recomeçam a vida no estranho e difícil ambiente da Guiana. Lá, eles não apenas trabalham duro (aumentando assim seu comprometimento justificando todo aquele esforço, tempo e dinheiro), mas também são isolados de potenciais opiniões divergentes, visto que estão rodeados de verdadeiros crentes. Então Jones começa a tomar liberdades sexuais com várias mulheres casadas entre seus seguidores, que concordam, embora com relutância. Finalmente, como um prelúdio para o evento culminante, Jones induz seus seguidores a realizar uma série de suicídios rituais simulados como um teste de lealdade e obediência. Assim, passo a passo, o compromisso dos membros com Jim Jones aumenta. Cada passo em si não é um grande salto em relação ao anterior, mas o último passo está muito longe do primeiro.

Dissonância no Palco Mundial

A dissonância em nossa vida cotidiana é principalmente benigna, ajudando-nos a seguir em frente com nossas decisões e escolhas com um mínimo de tristeza ou arrependimento. Mas, como mostra a história de Jonestown, é impossível exagerar os perigos potenciais apresentados por nossa suscetibilidade à necessidade de reduzir a dissonância.

Suponha que um louco assumiu o controle de seu país e decidiu erradicar todos os membros de seu grupo religioso. Mas você não tem certeza disso. O que você sabe é que seu país está sendo ocupado, que o líder das forças de ocupação não gosta de seu grupo religioso e que, ocasionalmente, membros de sua religião são forçados a deixar suas casas e são mantidos em campos de detenção. O que você faz? Você pode tentar fugir

de seu país; você pode tentar se passar por membro de um grupo religioso diferente; ou você pode esperar pelo melhor. Cada uma dessas opções é extremamente perigosa: é difícil escapar ou passar sem ser detectado; e se você for pego tentando fugir ou disfarçar sua identidade, a pena é a execução imediata. No entanto, decidir ficar quieto pode ser desastroso se seu grupo religioso estiver sendo sistematicamente aniquilado. Deixe-nossuponha que você se comprometa a permanecer sentado, dando as costas às oportunidades de tentar escapar ou passar. Essa decisão de vida ou morte naturalmente produz muita dissonância. Para reduzir a dissonância, você se convence de que tomou uma decisão sábia, que embora as pessoas de sua seita religiosa sejam obrigadas a se mudar e sejam tratadas injustamente, elas não serão mortas a menos que infrinjam a lei. Esta posição não é difícil de manter porque não há evidência inequívoca em contrário.

Suponha que, meses depois, um homem respeitado de sua cidade diga a você que, enquanto se escondia na floresta, ele testemunhou soldados massacrando todos os homens, mulheres e crianças que haviam sido recentemente deportados da cidade. Prevejo que você tentaria descartar essa informação como falsa; você se convenceria de que o repórter estava mentindo ou tendo alucinações. Se você tivesse ouvido o homem que tentou avisá-lo, você poderia ter escapado. Em vez disso, você e sua família são massacrados.

Fantástico? Impossível? Como alguém poderia não levar a sério o homem respeitado? No entanto, os eventos que acabei de descrever são um relato preciso do que aconteceu em 1944 com os judeus em Sighet, Hungria.[70]

Os processos de distorção cognitiva e exposição seletiva à informação foram fatores cruciais nas guerras do Vietnã e do Iraque (bem como em muitas outras guerras). Em uma análise instigante dos Documentos do Pentágono, um estudo secreto do Departamento de Defesa sobre o envolvimento político e militar americano no Vietnã que acabou vazando para o público, Ralph White mostrou como a dissonância cegava nossos líderes para informações incompatíveis com as decisões que eles já tinham feito. Como disse White, “havia uma tendência, quando as ações estavam fora de linha com as ideias, de os tomadores de decisão alinharem suas ideias com suas ações”. A decisão de Lyndon Johnson de continuar a escalar o bombardeio do Vietnã do Norte foi tomada ao preço de ignorar evidências cruciais da CIA e de outras fontes de que o bombardeio não quebraria a vontade do povo norte-vietnamita, mas, pelo contrário, apenas fortaleceria sua determinação . White escreveu:

É instrutivo, por exemplo, comparar o resumo altamente factual do [Secretário de Defesa Robert] McNamara do caso contra o bombardeio em 1966 ... com o memorando do Joint Chiefs que contestou sua conclusão e chamou o bombardeio de um de nossos dois trunfos , embora aparentemente ignorasse todos dos fatos que mostraram o contrário. No entanto, foram os Chefes Conjuntos que prevaleceram.[71]

Os presidentes de ambos os partidos políticos negligenciaram evidências que não queriam aceitar. Lyndon Johnson fez isso na Guerra do Vietnã; George W. Bush fez isso na guerra do Iraque. Em 2003, Bush queria acreditar que o líder iraquiano Saddam Hussein possuía armas de destruição em massa (WMDs) que representavam uma ameaça aos americanos. Isso levou ele e seus conselheiros a interpretar as informações

nos relatórios da CIA como prova definitiva das armas de destruição em massa do Iraque, embora os relatórios fossem ambíguos e contraditos por outras evidências. A interpretação do presidente Bush forneceu a justificativa para o lançamento de uma guerra preventiva. Ele estava convencido de que, assim que nossas tropas entrassem no Iraque, encontrariam essas armas.[72]

Após a invasão do Iraque, quando perguntado "Onde estão as armas de destruição em massa?" funcionários do governo disseram que o Iraque é um grande país no qual as armas de destruição em massa estavam bem escondidas, mas afirmaram que as armas seriam encontradas. À medida que os meses se arrastavam e ainda não havia armas de destruição em massa, os funcionários continuaram a afirmar que seriam descobertos. Por quê? Porque os funcionários do governo estavam passando por uma enorme dissonância. Eles tinham que acreditar que encontrariam as armas de destruição em massa para justificar a decisão de iniciar uma guerra; caso contrário, o Iraque não representava uma ameaça imediata aos Estados Unidos. Por fim, as autoridades concluíram que essas armas não existiam. Até George Bush finalmente admitiu em suas memórias.[73]

O que agora? Soldados americanos e civis iraquianos morriam todas as semanas, e centenas de bilhões de dólares estavam sendo drenados do Tesouro dos Estados Unidos. Como o presidente Bush e sua equipe reduziram a dissonância? Eles fizeram isso adicionando novas cognições para *justificar* a guerra. De repente, aprendemos que a missão dos EUA era libertar a nação de um ditador cruel e conceder ao povo iraquiano as bênçãos das instituições democráticas. Para um observador neutro, essa justificativa era inadequada (afinal, existem muitos ditadores brutais no mundo). Mas para Bush e seus conselheiros, que estavam passando por uma dissonância, a justificativa parecia razoável, na verdade essencial.

Muitos dos críticos de Bush acreditavam que ele estava deliberadamente tentando enganar o povo americano. Não podemos ter certeza do que se passava na mente do presidente, mas o que sabemos, com base em mais de 50 anos de pesquisas sobre dissonância cognitiva, é que elee seus conselheiros conseguiram enganar a si mesmos. Eles se convenceram de que valeu a pena invadir o Iraque, mesmo na ausência de armas de destruição em massa.[74]

Como um líder pode evitar cair na armadilha da autojustificação? Exemplos históricos nos mostram que a saída desse processo é um líder trazer conselheiros qualificados de fora de seu círculo íntimo, porque os conselheiros não serão pegos na necessidade de reduzir a dissonância criada pelas decisões anteriores do líder. Como a historiadora Doris Kearns Goodwin[75] apontou, foi precisamente por esse motivo que Abraham Lincoln escolheu um gabinete que incluía várias pessoas que discordavam de suas políticas sobre a melhor forma de acabar com a escravidão.

Voltemos à Guerra do Vietnã por um momento. Por que o Joint Chiefs tomou a decisão imprudente de aumentar o bombardeio, escalando uma guerra que era invencível? Eles estavam mantendo o curso, justificando ações anteriores com outras idênticas ou até mais extremas. A escalada desse tipo se autoperpetua. De Jonestown à guerra, uma vez que um pequeno compromisso é feito, o cenário está armado para compromissos cada vez maiores. O comportamento precisa ser justificado, para que as atitudes sejam

alteradas; esta mudança nas atitudes influencia as decisões e comportamentos futuros. É a versão em larga escala da técnica do pé na porta, mas em um nível de importância de vida ou morte. Depois que um judeu europeu decidiu não passar e se permitiu ser identificado como judeu, a decisão foi irrevogável; ele não poderia facilmente fingir ser um gentio. Depois que os funcionários do Pentágono intensificaram o bombardeio do Vietnã do Norte, eles não puderam desfazê-lo. O sabor desse tipo de escalada cognitiva é bem capturado em uma análise dos documentos do Pentágono pelos editores da revista *Time* :

No entanto, a burocracia, indicam os Documentos do Pentágono, sempre exigiu novas opções; cada opção era aplicar mais força. Cada aperto do parafuso cria uma posição que deve ser defendida; uma vez cometida, a pressão militar deve ser mantida.[76]

Viver com o racionalizador interno

Por que é tão difícil pedir desculpas quando cometemos um grande erro ou magoamos um amigo - e falamos sério? A teoria da dissonância fornece a resposta: porque não é isso que realmente queremos dizer. Estamos tão ocupados justificando nossaações que sentimos que não fizemos nada de errado: "A outra pessoa começou isso." "A outra pessoa me insultou." “A outra pessoa me fez trapacear.” "Sim, o que eu fiz não foi tão bom, mas o comportamento do *outro* cara foi muito pior." É por isso que, quando as pessoas são forçadas a se desculpar, o que elas dizem geralmente soa vazio: “Se eu ofendi alguém ...” Claro que você! É por isso que queremos que você se desculpe! Somente dando um passo para trás e reconhecendo o quão propensos somos a nos racionalizar e nos justificar podemos dar o primeiro passo para sermos capazes de nos desculpar e realmente dizer isso - e assim manter relacionamentos saudáveis.

Quase no início deste capítulo, afirmei que as pessoas são capazes de um comportamento racional e adaptativo, bem como de um comportamento redutor de dissonância. Voltemos a esse assunto. Se os indivíduos concentrarem seu tempo e esforço em proteger seus egos, eles nunca crescerão. Para crescer, devemos aprender com nossos erros. Mas se tivermos a intenção de reduzir a dissonância, não admitiremos nossos erros. Em vez disso, vamos varrê-los para debaixo do tapete ou, pior ainda, transformá-los em virtudes. As memórias dos presidentes estão repletas do tipo de declarações egoístas e justificativas que são melhor resumidas nas palavras do ex-presidente Lyndon Johnson, que escalou a guerra no Vietnã com consequências desastrosas para os dois países: “Se eu tivesse tudo para fazer tudo de novo, eu não mudaria nada. ” [77]

Por outro lado, as pessoas freqüentemente crescem e aprendem com seus erros. Como? Sob quais condições? Idealmente, quando cometo um erro, devo olhar para o que fiz de uma maneira não defensiva e, na verdade, dizer a mim mesmo: “Tudo bem, estraguei tudo. O que posso aprender com a experiência para não acabar nesta posição novamente? ” Posso aumentar a probabilidade de ser capaz de fazer isso das seguintes maneiras:

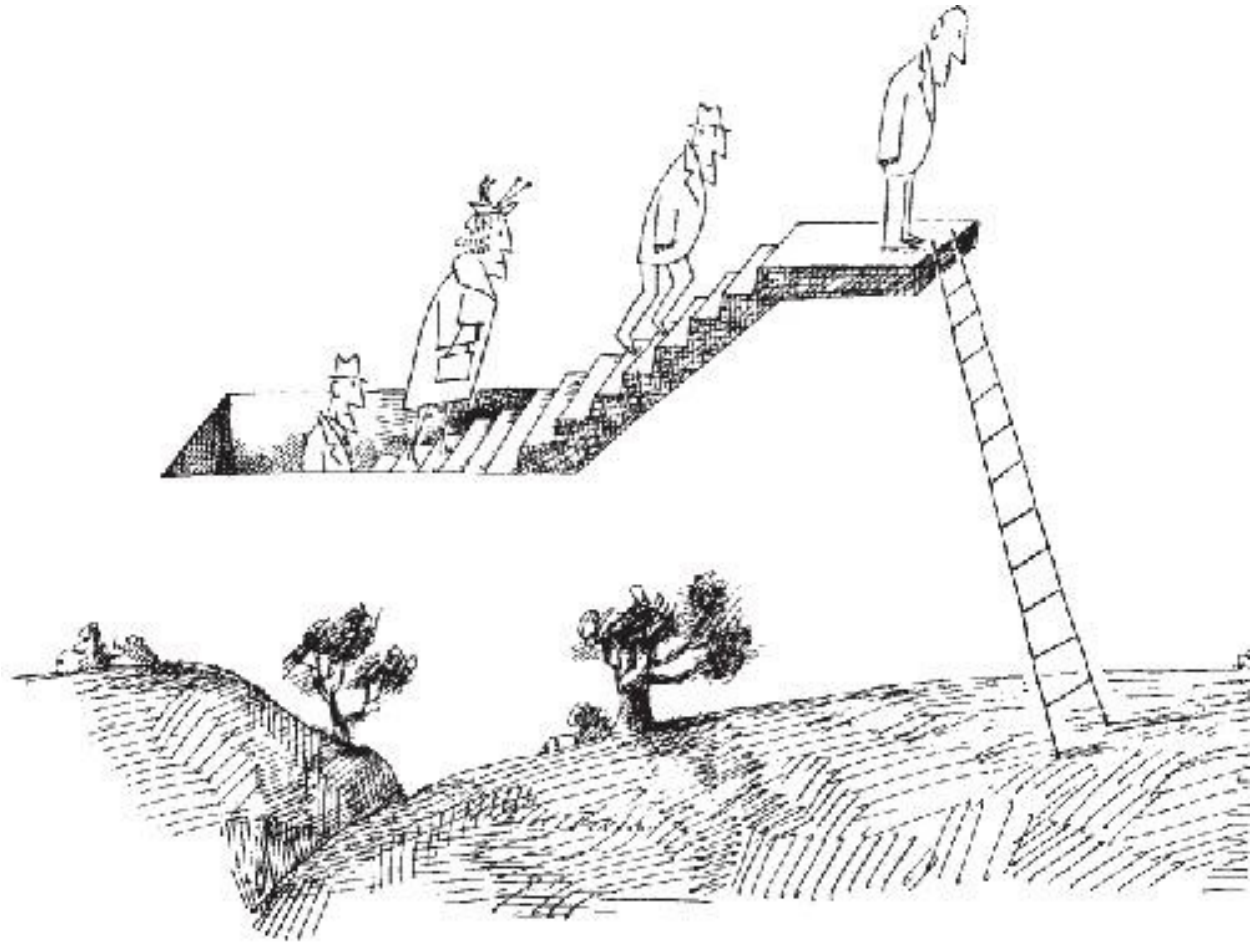
- Através de uma maior compreensão de minhas próprias tendências defensivas e de redução de dissonância.
- Através da compreensão de que fazer algo tolo, imoral ou prejudicial não significa necessariamente que eu seja uma pessoa irrevogavelmente

tola, imoral ou cruel; trapacear em uma ocasião não me torna inevitavelmente um “trapaceiro”, a menos que eu continue justificando o que fiz.

- Através do desenvolvimento de força do ego suficiente para reconhecer e aprender com os erros cometidos por mim mesmo.

Claro, é muito mais fácil listar esses procedimentos do que realizá-los. Como podemos entrar em contato com nossas tendências defensivas e de redução de dissonância? Como podemos perceber que pessoas boas como nós podem ocasionalmente fazer algo no trabalho ou no amor que é mal orientado ou imoral? Não é suficiente compreender a dissonância abstrata ou superficialmente; para usar plenamente esse conhecimento, a pessoa deve praticá-lo conscientemente. Analisaremos mais de perto esse processo no Capítulo 8 , onde examinaremos as vantagens da autenticidade e da comunicação não-defensiva em nossos relacionamentos.

4 **Conformidade**



© The Saul Steinberg Foundation / Artists Rights Society (ARS), New York

Saul Steinberg, *desenho sem título* , tinta sobre papel.

Originalmente publicado na *The New Yorker* , 24 de abril de 1965.

De repente, alguém começou a correr. Pode ser que ele simplesmente tenha se lembrado, por um momento, de um noivado para conhecer sua esposa, para o qual agora estava terrivelmente atrasado. Fosse o que fosse, ele correu para o leste na Broad Street

(provavelmente em direção ao Restaurante Maramor, um lugar favorito para um homem conhecer sua esposa). Outra pessoa começou a correr, talvez um jornaleiro animado. Outro homem, um cavalheiro corpulento, começou a trotar. Em 10 minutos, todos na High Street, do Union Depot ao Courthouse, estavam correndo. Um murmúrio alto gradualmente se cristalizou na terrível palavra "represa". “A barragem estourou!” O medo foi expresso em palavras por uma velhinha em um carro elétrico, ou por um guarda de trânsito, ou por um menino; ninguém sabe quem, nem agora realmente importa. Duas mil pessoas estavam abruptamente em pleno voo. "Vá para o leste!" foi o grito que se ergueu a leste, longe do rio, a leste em busca de segurança. “Vá para o leste! Vá para o leste! ” Uma mulher alta e magra com olhos sombrios e um queixo determinado passou correndo por mim no meio da rua. Eu ainda não tinha certeza do que estava acontecendo, apesar de todos os gritos. Aproximei-me da mulher com algum esforço, pois embora ela tivesse quase 50 anos, tinha uma forma bonita e fácil de correr e parecia estar em excelentes condições. "O que é isso?" Eu bufei. Ela deu uma rápida olhada e depois olhou para a frente novamente, acelerando um pouco o passo. “Não me pergunte; Pergunte a Deus!" ela disse.[1]

Embora cômica, esta história da autobiografia do grande humorista James Thurber é uma ilustração adequada de pessoas se conformando. Um ou dois indivíduos começam a correr por seus próprios motivos; antes demuito tempo, todo mundo está correndo. Por quê? Porque outros estão correndo. Na história de Thurber, quando os corredores perceberam que a barragem não havia rompido, eles se sentiram muito tolos. E, no entanto, quão mais tolos eles teriam se sentido se não tivessem se conformado e a represa tivesse realmente estourado?

A conformidade é boa ou ruim? Em seu sentido mais simples, esta é uma pergunta absurda. Ainda assim, as palavras carregam um significado avaliativo. Assim, na cultura americana, ser chamado de individualista ou não-conformista evoca a imagem de um cowboy solitário no topo de uma montanha com um rifle pendurado no ombro, a brisa soprando em seus cabelos enquanto o sol se põe ao fundo. Chamar alguém nesta cultura de conformista é um insulto; o termo evoca a imagem de uma pessoa que segue os outros sem pensar: executivos de negócios em ternos formais; adolescentes adotando as roupas, conversas e maneirismos de seus amigos; pessoas que estão começando a acreditar em alguma previsão do juízo final ou teoria da conspiração porque “todos que conhecem” acreditam. Todos podem invocar a imagem de um conformista, e raramente ela é lisonjeira.

Uma consequência do fato de sermos animais sociais é que vivemos em um estado de tensão entre valores associados à individualidade e valores associados à conformidade. Temos sinônimos para essas palavras que trazem à mente imagens muito diferentes. Para individualista ou não-conformista, podemos substituir a palavra *desviante* ; para conformista, podemos dizer *jogador de equipe* . De alguma forma, o desviante não evoca mais o cowboy solitário; da mesma forma, o jogador de equipe não sugere o trabalhador de colarinho branco conformado, o adolescente ou o teórico da conspiração. Nossa cultura é igualmente ambivalente quanto à conformidade (jogo em equipe) e não conformidade (desvio). Por exemplo, um dos mais vendidos da década de 1950 foi um livro do (então futuro presidente) John F. Kennedy, intitulado *Profiles in Courage* , no qual

ele elogiou vários políticos por sua coragem em resistir à pressão política para se conformar. Em outras palavras, Kennedy estava elogiando jogadores de equipe desviantes e ruins que não tinham a capacidade de se harmonizar com seus partidos ou constituintes. Esses não-conformistas mereceram o elogio de Kennedy, mas no momento de suas ações, seus colegas em geral não ficaram nada satisfeitos - na verdade, a maioria estava zangada com o que consideraram "traição" e não seguir a linha do partido. Os não-conformistas criam histórias interessantes precisamente porque são frequentemente maltratados pelas pessoas ao seu redor. Por mais que possamos admirá-los na história ou no cinema, em nossas transações diárias tendemos a preferir o conformista.

Essa observação recebe forte apoio de uma série de experimentos clássicos em psicologia social. Em um de Stanley Schachter,[2] grupos de estudantes do sexo masculino se reuniram para discutir o histórico do caso e decidir o destino de um adolescente que havia sido preso por infringir a lei. Depois de ler o caso, cada grupo foi solicitado a discuti-lo e chegar a um acordo sobre a punição do jovem em uma escala que variava de "tratamento muito brando" a "tratamento muito duro". Um grupo típico consistia de nove participantes, seis dos quais eram genuínos e três dos quais eram confederados pagos do experimentador. Os confederados se revezavam no desempenho de um dos três papéis que haviam ensaiado cuidadosamente com antecedência: a pessoa *modal* , que assumia uma posição que se conformava com a posição média dos participantes reais; o *desviante* , que assumiu uma posição diametralmente oposta à orientação geral do grupo; e o *controle deslizante* , cuja posição inicial era semelhante à do desviante, mas que, no decorrer da discussão, gradualmente “deslizou” para uma posição modal conformada.

Qual participante você acha que foi mais apreciado? O rebelde? De jeito nenhum. Foi o homem que mais se conformou com as normas do grupo; o desviante era o que menos gostava. Além disso, os padrões de comunicação mudaram previsivelmente: no início da discussão, o grupo gastou um tempo considerável tentando convencer o desviante a aceitar seu ponto de vista. Mas quando ficou claro que o desviante não se mexia, os outros praticamente o ignoraram, essencialmente o eliminando da discussão em grupo. Em um experimento de acompanhamento, Arie Kruglanski e Donna Webster[3] descobriram que os não-conformistas são especialmente desagradados se expressarem sua discordância perto de um prazo, quando os grupos estão sentindo o aperto de chegar ao encerramento, do que se expressarem sua discordância no início da discussão.

Assim, os dados indicam que, pelo menos em grupos de tomada de decisão, tendemos a gostar mais dos conformistas do que dos não-conformistas. Essa preferência não é irracional. A inclinação de se harmonizar com os outros sacrificando desejos pessoais conferiu uma tremenda vantagem evolutiva para nossa espécie; nossa capacidade de trabalhar em equipes e transmitir cultura permitiu que os humanos prosperassem. Podemos rir da turba de Thurber fugindo de uma enchente que não foi, mas também devemos nos maravilhar com o mecanismo em funcionamento: como um bando de pássaros no parque, o assustar de um único pássaro se espalhará rapidamente e todo o bando voará para longe. Esse reflexo conformista foi sem dúvida crucial em nosso passado de caçadores-coletores; na verdade, o não-conformismo pode ser desastroso. Suponha que eu de repente decida que estou farto de ser um conformista. Então eu pulo

no meu carro ecomece a dirigir pelo lado esquerdo da estrada - não é uma maneira terrivelmente inteligente ou adaptativa de expressar meu individualismo áspero e não é muito justo com você se por acaso você estiver dirigindo na minha direção (estilo conformista) na mesma rua.

Ainda assim, por mais adaptável que nossa natureza conformista possa ser, a história é marcada por eventos em que a tendência de fazer o que os outros fazem leva à tragédia, desde distúrbios pós-jogo em partidas de futebol até multidões de fanáticos de Adolf Hitler gritando " *heil"* em uníssono. Mas a conformidade ocorre não apenas em multidões irracionais, mas também entre grupos muito unidos, cujos membros deveriam ser mais experientes. Em suas memórias, Albert Speer, um dos principais conselheiros de Hitler, descreveu o círculo em torno de Hitler como um círculo de total conformidade - o desvio não era permitido. Em tal atmosfera, mesmo as atividades mais bárbaras pareciam razoáveis porque a ausência de dissidência, que transmitia a ilusão de unanimidade, impedia qualquer conselheiro de cogitar a possibilidade de que outras opções existissem. Speer escreveu:

Em circunstâncias normais, as pessoas que viram as costas para a realidade logo são endireitadas pelo escárnio e pela crítica daqueles que as cercam. No Terceiro Reich não havia tais corretivos. Ao contrário, cada autoengano se multiplicava como em uma sala de espelhos distorcidos, tornando-se uma imagem repetidamente confirmada de um mundo de sonho fantástico, que não tinha mais qualquer relação com o sombrio mundo exterior. Naqueles espelhos, eu não conseguia ver nada além de meu próprio rosto reproduzido muitas vezes.[4]

Mais perto de casa, considere os funcionários da Casa Branca e conselheiros de alto nível envolvidos com o ex-presidente Richard Nixon no encobrimento de Watergate. Aqui, homens em altos cargos governamentais - muitos dos quais eram advogados - cometeram perjúrio, destruíram provas e ofereceram subornos sem aparente dúvida. Isso se deveu, pelo menos em parte, ao círculo fechado de obstinação que cercou o presidente no início dos anos 1970. Essa obstinação tornava o desvio virtualmente impensável até que o círculo fosse rompido. Uma vez que foi, vários conselheiros de alto escalão pareciam ver seu comportamento ilegal com espanto, como se tivesse sido praticado durante algum tipo de pesadelo. O advogado de Nixon na Casa Branca, John Dean, colocou da seguinte maneira:

Quando você pegou o jornal pela manhã e leu a nova reportagem de capa que substituiu a reportagem de capa de ontem, começou a acreditar que as notícias de hoje eram verdadeiras. Este processo criou umatmosfera de irrealidade na Casa Branca que prevaleceu até o fim. Se você dissesse isso com bastante frequência, se tornaria verdade. Quando a imprensa soube das escutas telefônicas contra jornalistas e funcionários da Casa Branca, por exemplo, e as negativas fracassaram, alegou-se que se tratava de um assunto de segurança nacional. Tenho certeza de que muitas pessoas acreditaram que as torneiras eram para a segurança nacional; eles não eram. Isso foi inventado como uma justificativa após o fato. Mas quando eles disseram isso, você entende, eles realmente acreditaram.[5]

Às vezes, a necessidade de se conformar pode até mesmo silenciar o certo conhecimento de um indivíduo sobre um desastre iminente. Em 28 de janeiro de 1986, o ônibus espacial *Challenger* explodiu alguns segundos após decolar. Sete astronautas, incluindo uma professora muito querida chamada Christa McAuliffe (que venceu um concurso para se tornar o primeiro civil no espaço), morreram em uma bola de fogo de fumaça e chamas. De alguma forma, a decisão foi tomada para prosseguir com o lançamento, apesar das fortes objeções e advertências dos engenheiros sobre os anéis de vedação defeituosos nas articulações dos foguetes de reforço. Os administradores da Administração Nacional de Aeronáutica e Espaço (NASA), que tomaram a decisão final sobre o lançamento, não ignoravam o perigo nem eram arrogantes quanto à vida dos astronautas. Nem foram os fabricantes dos foguetes de reforço defeituosos. No entanto, em meio às pressões para que a NASA avance com o lançamento altamente antecipado, os tomadores de decisão com opiniões divergentes - que se revelaram corretas - foram convertidos à posição da maioria ou excluídos da conversa por completo, bem como os desviantes em Experiência de Stanley Schachter.

Vamos fazer um balanço. O que o círculo íntimo de Hitler, os conselheiros próximos de Nixon e os administradores da NASA têm em comum, além do fato de que tomaram decisões terríveis? Cada um era um grupo relativamente coeso, isolado de pontos de vista divergentes. Quando esses grupos são chamados a tomar decisões, eles podem ser vítimas do que Irving Janis chamou de **pensamento de grupo** ,[6] uma forma de pensar que ocorre em grupos coesos em que a necessidade de acordo dos membros sobrepõe-se à sua capacidade de avaliar de forma realista um curso de ação e suas alternativas. Os grupos que se engajam nessa estratégia de tomada de decisão inadequada geralmente se percebem como invulneráveis; eles estão cegos pelo otimismo. E esse otimismo aumenta quando a dissidência é desencorajada. Em face das pressões de conformidade, os membros do grupo podem vir a duvidar de suas próprias reservas e abster-se de expressá-las, assim como nosso hipotético amigo Sam do Capítulo 1 , que escondeu seuopiniões verdadeiras depois de saber que seus companheiros observadores de debates discordavam unanimemente dele.

pensamento de grupo:

um tipo de pensamento em que manter o acordo do grupo substitui uma consideração cuidadosa dos fatos de uma maneira realista

Ao citar esses exemplos, não pretendo sugerir que indivíduos que tomam decisões erradas devam ser deixados de lado, porque a conformidade é natural para os humanos. Em vez disso, estou argumentando que é vital avaliar o poder e o funcionamento psicológico do conformismo, para que possamos reduzi-lo quando não for adaptativo - quando a multidão estiver errada. É somente cavando mais fundo e tentando entender esses processos que podemos ter alguma esperança de melhorar a maneira como as pessoas tomam decisões e reduzir a frequência de calamidades futuras.

O que é conformidade?

Conformidade pode ser definida como uma mudança no comportamento ou nas opiniões de uma pessoa como resultado de pressão real ou imaginária de outra pessoa ou grupo

de pessoas. Como a teoria da evolução poderia prever, ela começa cedo - na infância - e tem bases neurológicas.

conformidade:

mudanças no comportamento ou nas opiniões de uma pessoa como resultado de pressão real ou imaginária de uma pessoa ou grupo de pessoas

A Biologia da Conformidade Você pode apreciar o quão fundamental é a conformidade para nossa espécie, observando quão cedo na vida começamos a nos copiar. Apesar de não nascermos mímicos,[7] bebês aprendem desde cedo por meio da interação social a responder na mesma moeda aos rostos na frente deles,[8] e, de fato, muitas vezes prestará mais atenção a um rosto que reflete suas próprias expressões faciais do que a outro que não o faz.[9]

Quando as pessoas falam umas com as outras, muitas vezes refletem os comportamentos não-verbais e maneirismos uns dos outros, um fenômeno denominado *efeito camaleão.* Tanya Chartrand e John Bargh[10] fez com que os alunos discutissem um conjunto de fotografias com um cúmplice que, em momentos regulares durante a interação, tocou seu rosto ou balançou o pé. Os alunos emparelhados com o parceiro que tocava o rosto tocavam seus próprios rostos com muito mais frequência durante a interação; aqueles emparelhados com o parceiro que balança o pé têm maior probabilidade de balançar o próprio pé. Em outra sessão, os confederados espelharam sutilmente a postura e os maneirismos do participante do estudo - por exemplo, cruzando as pernas, tocando o rosto ou mexendo nos cabelos - ou não. Após essa interação, os participantes avaliaram seus parceiros, gostando mais dos camaleões do que dos não-camaleões. Esta descoberta sugere que imitamos os outros, porque isso tanto reflete quanto engendra sentimentos de proximidade, criandouma espécie de "cola social".[11] Pessoas que são especialmente hábeis em mudar sua perspectiva, ver o mundo através dos olhos de outras pessoas, são camaleões melhores - e, portanto, mais queridos.[12] Mas o mimetismo deve ser feito naturalmente; esforços intencionais para imitar outras pessoas a fim de ganhar favores podem sair pela culatra.[13] Foi o que aconteceu com Hillary Clinton, que foi criticada por adotar um sotaque sulista (e dizer “vocês”) quando fez campanha no sul.[14]

Embora muitos animais imitem outros de sua espécie, os humanos são excepcionalmente propensos a isso. Alguns neurocientistas atribuem esse fato aos *neurônios-espelho* , células cerebrais altamente especializadas que são ativadas quando realizamos uma ação e quando testemunhamos outra pessoa realizando a mesma ação. Pense em como você se encolhe ao ver um comediante explodindo no palco ou estremece ao testemunhar a dor de outra pessoa. Os neurônios-espelho permitem a empatia, mas certamente não a garantem: eles se desligam quando as pessoas olham para indivíduos de quem não gostam ou que têm menos poder e status do que eles.[15]

Uma das principais funções do sistema de espelho é facilitar **o aprendizado social** , o processo pelo qual aprendemos observando. Experimentos liderados por Daniel Haun[16] descobriram que as crianças vão copiar os comportamentos de seus colegas, mesmo que isso signifique ignorar o aprendizado anterior e perder uma recompensa. Em um estudo, as crianças pequenas receberam uma bola e uma caixa de quebra-cabeça com três

buracos do tamanho de uma bola e aprenderam rapidamente que colocar a bola em um buraco específico (por exemplo, o do meio) lhes rendia um pedaço de chocolate. Após essa fase de aprendizado, cada criança se juntou a um grupo de outras crianças que aprenderam a obter seu chocolate jogando a bola em um buraco diferente (por exemplo, o esquerdo). Durante esta segunda fase, as crianças continuaram recebendo chocolate para colocar a bola no mesmo buraco de antes, mas muitos tendem a se conformar com seus pares, abandonando seu aprendizado - e o chocolate - em favor de se conformar com as crianças que aprenderam um regra ligeiramente diferente. Quando o mesmo experimento foi conduzido com chimpanzés e orangotangos, também animais altamente sociais, eles não mostraram essas tendências conformistas; eles se mantiveram no comportamento que maximizava suas próprias recompensas. Mais uma vez, vemos como, nos humanos, o impulso de se conformar pode superar uma preferência pessoal - até mesmo pelo chocolate.

aprendizagem social:

o processo pelo qual aprendemos o comportamento social, observando os outros

Influências sutis na conformidade A maioria dos atos de conformidade ocorre sem nenhuma sensação de que "pressão" está sendo aplicada. Por exemplo, faixas de riso em comédias de televisão são tão onipresentes que nósmal os notamos, mas a informação que eles transmitem - que outras pessoas acham algo engraçado - influencia profundamente nossa própria resposta a esse mesmo algo.

Em 1984, em um famoso episódio da política americana, o presidente Ronald Reagan, de 73 anos, enfrentava dificuldades em sua candidatura à reeleição. Já o presidente mais antigo da história americana, havia uma preocupação generalizada de que Reagan estava velho demais para as exigências do cargo. Seu oponente muito mais jovem, Walter Mondale, fora vice-presidente e um senador popular; ele tinha experiência, bem como juventude e vigor. No entanto, Reagan derrotou Mondale em um deslizamento de terra. Como Reagan tranquilizou os eleitores e ganhou de forma tão decisiva? Em parte, com humor - notavelmente, um zinger que ele proferiu durante o segundo debate, quando questionado se ele não poderia ser muito velho para ser presidente: “Não vou fazer da idade um problema nesta campanha”, disse Reagan. “Não vou explorar, para fins políticos, a juventude e a inexperiência do meu oponente.” A platéia, incluindo Mondale, riu e aplaudiu com a ironia de Reagan, e muitos eleitores mudaram de ideia sobre Reagan naquele momento, aparentemente tranquilizados por esta e outras piadas ensaiadas de que ele ainda estava mentalmente apto para servir.

Muitos anos depois, em um experimento inteligente, Steven Fein e seus colegas[17] jogaram fitas do famoso debate para estudantes universitários que nunca tinham ouvido falar ou visto antes. (Eles eram bebês na época em que foi ao ar.) Em uma condição básica, eles apresentaram o debate exatamente como as pessoas o viam em 1984. Em uma segunda condição, ele removeu duas das falas mais engraçadas de Reagan, incluindo a piada sobre idade e inexperiência . Na terceira condição, ele deixou as falas engraçadas, mas removeu o riso e os aplausos do público. Depois de assistir, os participantes avaliaram sua preferência por ambos os candidatos e avaliaram quem fez um trabalho melhor no debate. Ambas as mudanças na fita original fizeram a diferença: a

eliminação das piadas de Reagan foi o suficiente para apagar completamente a percepção de que Reagan venceu o debate. Mas não eram as piadas em si que eram cruciais. Quando os observadores ouviram as piadas de Reagan sem a reação do público, a maioria deles pensou que Mondale havia vencido; com as risadas incluídas, eles pensaram que Reagan venceu! Nenhuma pressão direta foi necessária, apenas outras pessoas rindo. Uma boa dose de conformidade procede dessa maneira; pistas sociais no ambiente nos dizem o que os outros estão sentindo, pensando ou fazendo, o que por sua vez influencia o que sentimos, pensamos e fazemos.

Voltemos ao nosso amigo Sam, o hipotético estudante universitário. Lembre-se de que Sam estava assistindo a um candidato a senador na televisãoe ficou favoravelmente impressionado com sua sinceridade. No entanto, a opinião unânime dos amigos de que o candidato não era sincero pressionou-o socialmente e ele acedeu - pelo menos verbalmente - à opinião deles.

Mesmo esta pequena história levanta questões interessantes: (1) O que faz as pessoas se conformarem com a pressão do grupo? Especificamente, o que há nele para Sam? (2) Qual foi a natureza da pressão do grupo? Especificamente, o que os conhecidos de Sam estavam fazendo para induzir a conformidade? (3) Sam revisou sua opinião sobre o candidato durante aquele período breve, mas inquietante, em que soube que todos os seus colegas discordavam dele? Ou Sam manteve sua opinião original e apenas modificou o que disse sobre o candidato? Se ele mudasse de opinião, era permanente ou apenas naquela noite?

Infelizmente, como Sam é um personagem hipotético, não podemos perguntar a ele. Além disso, é duvidoso que mesmo um Sam de carne e osso pudesse nos dar uma contabilidade precisa, porque não apenas os humanos são limitados em sua capacidade de explicar seu próprio comportamento com muita precisão,[18] simplesmente existem muitos fatores nesta situação. Não sabemos quão confiante Sam estava em sua opinião inicial; não sabemos o quanto ele conhecia ou o quanto gostava das pessoas com quem assistia ao discurso do candidato; não sabemos se Sam se considera um bom juiz de sinceridade ou se considera os outros bons juízes de sinceridade; não sabemos se Sam é geralmente uma pessoa forte ou insossa; nem sabemos quanta força de vontade Sam ainda tem depois de um dia de estudo - e assim por diante.

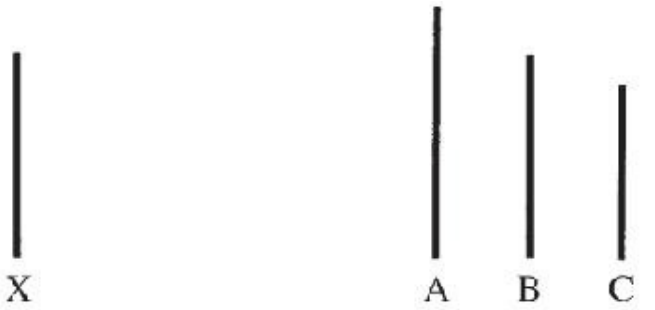
O que podemos fazer é conduzir experimentos nos quais as pessoas enfrentam dilemas como o de Sam e onde temos a capacidade de controlar e variar os fatores que pensamos que podem influenciar a conformidade. Muitos estudos em psicologia social fizeram isso, começando com as primeiras pesquisas de Muzafer Sherif e Solomon Asch.

Experimentos clássicos de Sherif e Asch Se você estiver em um quarto escuro e olhar à distância para um ponto fixo de luz, depois de um tempo a luz parecerá se mover, uma ilusão visual chamada de *efeito autocinético* . Muzafer Sherif[19] aproveitou essa ilusão para estudar como as percepções são influenciadas socialmente. Ele fez com que estudantes universitários se sentassem em uma sala escura, observassem um ponto de luz e, em seguida, cada vez que ele "se movesse", relatassem a distância. Cada aluno fez isso sozinho por várias tentativas e, após várias tentativas, estabeleceu uma distância confiável, geralmente entre doisa seis polegadas. Em seguida, eles foram colocados na

sala escura em pequenos grupos e solicitados a repetir a tarefa, desta vez relatando suas estimativas em voz alta. Sherif notou um forte efeito da presença de outras pessoas: os julgamentos de quase todos começaram a se mover na direção da média do grupo. Por exemplo, se eu normalmente visse a luz se mover cinco centímetros quando estava sozinho, mas meus colegas de grupo tendiam a vê-la se mover seis centímetros, eu começaria a reportar cerca de dez centímetros de movimento. Da mesma forma, aqueles que originalmente viram mais movimento relatariam ter visto menos depois de ouvir minha opinião. Além do mais, a mudança permaneceu. Depois de serem expostos às opiniões de um grupo, os membros foram testados novamente e suas respostas continuaram a refletir a influência do grupo em seus próprios julgamentos. Mais tarde, Sherif descobriu que poderia moldar de forma confiável as normas do grupo, fazendo com que seus confederados dessem estimativas arbitrárias. Contanto que o desvio da norma real não fosse muito grande, ele poderia conduzir o grupo em qualquer direção que quisesse.

Estimar quanto um ponto de luz está se movendo tem uma ambigüidade embutida. Alguns anos depois, Solomon Asch queria ver o que aconteceria quando o objeto de julgamento fosse inequívoco.[20] E se você estivesse julgando não uma ilusão de ótica, mas um fato óbvio bem diante de seus olhos? Asch previu que a conformidade iria despencar.

Coloque-se na seguinte situação: Você se ofereceu para participar de um experimento de julgamento perceptivo. Você entra em uma sala com seis outros participantes. O experimentador mostra a todos vocês uma linha reta (linha X) ao lado de três outras linhas para comparação (linhas A, B e C). Seu trabalho é julgar qual das três linhas tem o comprimento mais próximo da linha X. O julgamento parece ridiculamente fácil.



© The Saul Steinberg Foundation / Artists Rights Society (ARS), New York

É perfeitamente aparente para você que a linha B é a resposta correta e, quando chegar sua vez, você dirá que B é a resposta certa. Mas énão é a sua vez. Você é o penúltimo. O jovem de quem é a vez olha atentamente para as linhas e diz: “Linha A”. Sua boca se abre e você olha para ele com curiosidade. "Como ele pode acreditar que é A quando qualquer idiota pode ver que é B?" você se pergunta. "Ele deve ser cego ou louco." Agora é a vez da segunda pessoa responder. Ele também escolhe a linha A. Você começa a se sentir como Alice no País das Maravilhas. "Como pode ser?" você se pergunta. " Essas *duas* pessoas são cegas ou loucas?" Mas então a próxima pessoa responde e também diz: “Linha A.” Você dá uma outra olhada nessas linhas. “Talvez eu seja o único louco”, você murmura inaudivelmente. Agora é a vez da quinta pessoa, e ela também julga que a linha correta é A. Finalmente, é a sua vez. “Ora, é a linha A, é claro”, você declara. "Eu sabia disso o tempo todo."

Este é o conflito que Asch criou em seu experimento. Como você deve ter adivinhado, os indivíduos que o precederam eram empregados dele e foram instruídos a concordar com uma resposta incorreta. O julgamento perceptivo em si foi incrivelmente fácil; quando as pessoas foram solicitadas a avaliar as linhas quando estavam sozinhas, quase não cometeram erros. Na verdade, a tarefa era tão fácil, e a linha correta tão óbvia, que o próprio Asch acreditava firmemente que haveria pouco, ou nenhum, cedendo à pressão do grupo. Mas sua previsão estava errada. Quando confrontados com o fato de todos os seus colegas estudantes concordarem nas mesmas respostas incorretas em uma série de 12 julgamentos, aproximadamente três quartos dos participantes concordaram pelo menos uma vez ao responder incorretamente. Em todo o espectro de julgamentos, uma média de 35 por cento se conformaram com os julgamentos incorretos.

Asch realizou seus experimentos em meados do século XX. Embora os resultados tenham sido poderosos, é tentador rejeitar suas descobertas, alegando que os estudantes universitários americanos são diferentes agora. Com o advento dos computadores e da Internet, você pode pensar que ficamos mais sofisticados e, portanto, muito menos suscetíveis a esse tipo de pressão de grupo - não é assim. Ao longo dos anos, o experimento Asch foi replicado com sucesso muitas vezes. Em uma manifestação especialmente marcante na televisão nacional (*Dateline* , na verdade), Anthony Pratkanis[21] repetiu o experimento exatamente como Asch o fizera 50 anos antes. Os participantes dessa *replicação* também eram estudantes universitários, muitos dos quais se consideravam não-conformistas. Os resultados foram quase idênticos aos de Asch.

No entanto, existem algumas diferenças culturais na tendência de ir contra o grupo. Um é bem ilustrado por este contraste emsabedoria popular: Na América, as pessoas dizem: “A roda que range pega a graxa” (que significa “Fale! Seja ouvido!”); no Japão, eles dizem: “O prego que fica para cima é socado” (que significa “Não se desvie do seu grupo”). Em sua análise de 133 experimentos usando o procedimento Asch em 17 países diferentes, Rod Bond e Peter Smith[22] descobriram que a conformidade é mais prevalente em sociedades coletivistas, que valorizam explicitamente a harmonia de grupo (como Japão e China), do que em sociedades individualistas (como Estados Unidos e França).

No entanto, para os seres humanos em qualquer lugar, resistir à pressão do grupo é muito difícil, e a dor da inconformidade aparece não apenas em seus rostos, mas também em sua atividade neurológica. Gregory Berns e seus associados[23] replicaram os procedimentos de Asch enquanto monitoravam a atividade neural dos participantes com imagens de ressonância magnética funcional (fMRI). Essas varreduras indicaram uma grande diferença entre os participantes que resistiram à pressão do grupo e aqueles que cederam. Aqueles que resistiram mostraram atividade intensificada na amígdala, uma região do cérebro associada à dor, medo e desconforto emocional, mostrando que ir contra o grupo induz sinais neurais de dor física,[24] assim como vimos que a rejeição social faz.[25]

A situação criada por esses experimentos é especialmente intrigante porque, ao contrário de muitas situações nas quais tendemos a nos conformar, não havia restrições explícitas contra a individualidade. Mais frequentemente, as sanções contra o não-conformidade são inequívocas. Por exemplo, sempre odiei usar gravata, e o mundo finalmente me alcançou - hoje em dia, gravata raramente é exigida. Mas na década de 1960, quando eu

era um jovem professor, os códigos de vestimenta eram mais formais. Isso significava que, se eu saísse para uma festa à noite em um restaurante chique, o maître me informaria educadamente (mas com firmeza) que, se eu não colocasse a gravata que eles ofereceram, nada de mesa. Então eu poderia colocar a gravata e comer no restaurante ou poderia sair, de pescoço aberto e confortável, mas com fome. Neste caso, como em muitos outros, as consequências negativas da não conformidade são explicitadas. Da mesma forma, Janis descobriu em seus estudos de pensamento de grupo que uma ou duas pessoas geralmente se adiantam para fazer cumprir as normas do grupo. Esses *protetores mentais autodesignados* , como Janis os chamou, incentivam a conformidade e o consenso. Assim como o maître do restaurante, os guardas mentais deixam claro que se você quiser ser incluído, precisará cumprir as normas do grupo.

Mas no experimento de Asch e no caso de Sam e seus amigos, as situações eram muito mais sutis. Nessas situações, não havia recompensas explícitas para conformidade, nem punições explícitas para desvios e nem guardas mentais incitando os desviantes a um acordo, apenas pessoas relatando o que viram de uma maneira prática. Por que, então, os participantes de Asch se conformaram?

Motivos para a conformidade: pertencer versus obter informações Existem duas razões principais para a conformidade: porque outras pessoas são fontes de informações valiosas; ou porque ser muito diferente dos outros é desconfortável e a conformidade assegura nosso lugar dentro de um grupo, sinalizando nossa semelhança e parentesco ideológico. O primeiro motivo é *informativo* : as pessoas se convencem, diante da maioria unânime, de que suas próprias opiniões estão erradas por algum motivo. A outra é *normativa* : as pessoas “vão junto com a multidão”, embora interiormente acreditem que seus julgamentos iniciais são corretos, a fim de serem aceitos pela maioria ou para evitar serem antipatizados por eles por discordarem. O comportamento dos indivíduos no experimento de Asch, e em outros onde os julgamentos são diretos, parecia ser em grande parte uma questão de ir em frente para evitar a sensação de exclusão. Podemos inferir isso do fato de que todos deram sua opinião honesta sobre a correspondência de linha quando foram autorizados a responder em particular.

Ao mesmo tempo, em muitas situações, nos conformamos com o comportamento dos outros porque, à medida que a realidade física se torna cada vez mais incerta, as pessoas confiam cada vez mais na “realidade social”.[26] Ou seja, o comportamento de outras pessoas é o melhor guia disponível para entender o que está acontecendo. Nesses casos, é mais provável que a conformidade resulte na formação de nossas opiniões e percepção da realidade, como acontece com os alunos nos experimentos de Sherif e na cena lembrada por Thurber no início deste capítulo. Se outras pessoas estão fazendo isso, deve ser a coisa certa a fazer.

Um exemplo deve esclarecer esta distinção entre conformidade normativa e informativa. Anos atrás, eu estava em um prédio desconhecido quando precisei usar o banheiro. Seguindo a placa de “Banheiros”, encontrei as duas portas usuais, mas alguém havia removido as designações específicas, então não consegui distinguir o banheiro masculino do feminino. Um dilema e tanto - não ousei adivinhar por medo de entrar no banheiro feminino e ficar constrangida, ou constrangedora (ou assustadora) de qualquer mulher que estivesse lá. Como eu estavaesperando com desconforto, pulando de um pé para o

outro, a porta à minha esquerda se abriu e saiu um cara. Com um suspiro de alívio, entrei, conformando-me porque tinha as informações certas.

Na maior parte do tempo, outras pessoas são uma excelente fonte de informação, e a conformidade satisfaz nossas necessidades tanto de precisão quanto de pertencimento. Telefonar para sua mãe no Dia das Mães, ir com suas amigas trabalhar em um abrigo para sem-teto no Dia de Ação de Graças e estudar muito para se sair bem em um exame são coisas que as pessoas fazem e estão certas de fazer. Às vezes, no entanto, somos como os alunos do experimento de Asch; nossa necessidade de estar certo está em conflito com nossa necessidade de pertencer. Se você participou desse experimento e inicialmente acreditou que a resposta correta era a linha B, dizer isso pode satisfazer seu desejo de estar correto - mas também pode violar as expectativas de seus colegas, e eles podem achar você estranho. Escolher a linha A pode ganhar a aceitação dos outros, mas, a menos que você se convença de que eles estão corretos, isso violará seu desejo de estar certo.

Essa situação fundamental - entre estar certo ou tentar agradar o grupo - está no cerne de algumas de nossas maiores falhas. Todos os anos, na aula de psicologia social de Joshua, os alunos escrevem anonimamente sobre seus atos mais lamentáveis de conformidade, atos que desfariam se pudessem viajar no tempo. Ano após ano, um número impressionante de alunos confessa ter intimidado, provocado ou humilhado outra pessoa, sem nenhum motivo além da aprovação implícita ou real de seus colegas. “Eu sabia que estava destruindo esse garoto”, escreveu um aluno, descrevendo ter provocado impiedosamente um “garoto engraçado” certa noite em um acampamento de verão. “Eu podia ouvi-lo tentando não chorar. Ele estava deitado a alguns beliches de mim, no escuro, implorando para que parássemos de chamá-lo pelo nome que demos a ele: *monge* , abreviação de macaco. Mas eu apenas continuei, instigado pelas risadas. Eu ainda posso ouvir - eles rindo enquanto eu arruinei a vida desse pobre garoto ... Eu nunca me perdoei por isso. ” Outro aluno se arrependeu de se recusar a falar com sua mãe por um mês na oitava série, depois que ela tentou economizar dinheiro comprando uma camisa mais barata sem o logotipo da Abercrombie, valorizada pelos alunos da oitava série na época. “Não consigo acreditar o quanto *odiei* minha mãe por isso”, escreveu ele. "A ausência de um pequeno alce na minha camisa, e eu queria *matá*- la." Outro estudante lamentou ter testemunhado um assassinato e nunca ter contado à polícia. “No meu bairro, simplesmente não falávamos com a polícia”, disse ele. "Essa era a norma."

Apesar do que os estudantes de psicologia social dizem quando solicitados a relembrar atos passados de conformidade, a maioria de nós acredita que *somos* motivados principalmente pelo desejo de ser corretos, enquanto *outros* são motivados principalmente pelo desejo de agradar ao grupo. Quando as pessoas observam discretamente um experimento de conformidade semelhante ao de Asch, elas normalmente subestimam o quanto elas se conformariam e superestimam a frequência com que os outros o farão.[27]

Como vimos, às vezes a conformidade é induzida pelo medo de violar as normas, outras vezes por informações que esclarecem a ambigüidade. Mas nem sempre é fácil distinguir entre eles. Freqüentemente, o comportamento de conformidade é idêntico; o elemento chave que os diferencia é a presença ou ausência de um agente punitivo. Imagine que, na mítica nação da Freedônia, seja considerado gracioso os convidados arrotar depois de

comer, como forma de mostrar ao anfitrião que gostaram da refeição. Suponha que você não saiba disso e esteja visitando a casa de um dignitário freedoniano na companhia de alguns diplomatas do Departamento de Estado dos Estados Unidos. Se, após a refeição, esses diplomatas começassem a arrotar, é provável que você arrotasse também. Eles estão fornecendo informações valiosas: conformar-se a arrotar para fazer a coisa certa. Mas suponha que você estivesse na mesma casa na companhia de alguns rapazes rudes e musculosos que foram apresentados a você como membros da equipe de luta livre olímpica Freedonian. Se esses gigantes arrotassem após a refeição, você não iria junto; você provavelmente consideraria isso um ato de má educação. No entanto, se eles olharem para você por você não seguir o exemplo, você pode realmente arrotar também - não por causa das informações que eles forneceram, mas porque temia rejeição ou até mesmo um nariz quebrado por se recusar a ser um bom esporte por concordar com seus comportamento grosseiro.

A conformidade resultante da observação de terceiros com o propósito de obter informações sobre o comportamento adequado tende a ter ramificações mais poderosas do que a conformidade no interesse de ser aceita ou de evitar punições. Eu argumentaria que, se nos encontrarmos em uma situação ambígua em que devemos usar o comportamento de outras pessoas como modelo para nosso próprio comportamento, provavelmente repetiremos nosso comportamento recém-aprendido, sem uma pista, em ocasiões semelhantes subsequentes. Esse seria o caso, a menos, é claro, que mais tarde recebêssemos evidências de que nossas ações foram inadequadas ou incorretas. Portanto, agora suponha que você seja convidado a voltar à casa do dignitário freedoniano para jantar, mas desta vez você é o único convidado. A questão é: você arrota ou não arrota após a refeição? Se você tinhaarrotou depois da primeira refeição em sua casa porque você percebeu que era a coisa certa a fazer (como teria sido o caso se você jantasse na companhia dos diplomatas), você provavelmente arrotaria quando jantasse sozinho com o dignitário. No entanto, se você tivesse arrotado pela primeira vez por medo de rejeição ou punição (como teria sido o caso se tivesse jantado na companhia dos lutadores), é quase certo que não arrotaria quando fosse o único convidado.

Fatores que aumentam ou diminuem a conformidade

E quanto ao Sam? Ele foi convencido por seus colegas universitários de que seu candidato preferido ao Senado era um falso, ou ele simplesmente aceitou o julgamento deles para ser aceito? Para responder a essas perguntas, é útil considerar os fatores que influenciam a conformidade e que também podem ser usados para prevenir o pensamento de grupo.

O Prestígio e a Prevalência dos Modelos Quando não temos certeza sobre o que está acontecendo em uma situação, estamos particularmente propensos a nos conformar com pessoas cujo comportamento fornece as informações mais confiáveis. Digamos que você more em uma cidade onde a travessia imprudente é rara e desaprovada, mas você realmente deseja economizar alguns segundos cruzando no meio de uma estrada movimentada. Os experimentos de campo mostram que é mais provável que você faça isso se seguir um andarilho que está bem vestido, em vez de mal vestido.[28]

Em um nível mais amplo, o escritor popular Malcolm Gladwell[29] sugere que as principais tendências sociais com frequência mudam de maneira dramática e repentina por meio do mecanismo de conformidade, quando pessoas respeitadas e bem conectadas por acaso estão no lugar certo na hora certa. Quando um vídeo se torna viral, uma tendência se torna "epidêmica" ou uma marca de sapatos de repente se torna o item de vestuário obrigatório, muitas vezes é por causa de um ou dois indivíduos que estão conectados a vastas redes sociais (por exemplo, milhares de seguidores do Instagram ou Twitter). Eles começam a usar roupas novas e legais, o que leva outros a ansiar por coisas novas e legais, e logo uma massa crítica ou “ponto de inflexão” é alcançado e a tendência explode. Pessoas influentes não precisam ser especialistas; eles são simplesmente pessoas que parecem estar por dentro ou que, como os Kardashians, são famosos por serem famosos. Hoje em dia, é claro, os grandes conectores são pessoas cujos tweets ou postagens de mídia social alcançam um grande público, muitos dos quais podem retuitar ou reenviareles por meio de suas redes, que, por sua vez, os retuítam por meio da delas.

Quando um grande número de pessoas está fazendo algo, isso é especialmente informativo. Onde devo comer? Acesse o Yelp para ver o que a multidão pensa. O que devo ler? Veja o que é tendência na Amazon. Qual food truck é o melhor? Aposto naquele com a maior fila de clientes. Contanto que os julgamentos da multidão sejam independentes uns dos outros - como acontece com a coleção de estranhos que enviam avaliações ao Yelp - a multidão pode fornecer uma estimativa muito melhor do que é verdadeiro e bom do que nossas próprias suposições privadas.[30]

Unanimidade Em situações de grupo face a face, como a investigada por Asch, um dos fatores cruciais que determinam se uma pessoa se conformará é se todos os outros compartilham uma opinião. O número real de pessoas naquele grupo de “todos os outros” não precisa ser muito alto para obter a conformidade máxima; as pessoas se conformarão à pressão do grupo com a mesma freqüência quando o grupo unânime consiste de apenas 3 outras pessoas ou de 16. Mas quando a unanimidade é quebrada, o mesmo ocorre com a pressão para se conformar. Até mesmo um único aliado que vê do seu jeito o libera dessa pressão; a conformidade cai drasticamente em tais casos.[31] Na verdade, mesmo que a unanimidade seja quebrada por alguém que dá uma resposta *errada* diferente (respondendo que a linha correta é C enquanto o resto do grupo responde com A), a presença de um colega dissidente reduz drasticamente a conformidade, e o participante é provável que dê a resposta correta: linha B. Basta um dissidente para diminuir seriamente o poder do grupo de induzir a conformidade.[32]

Compromisso A conformidade com a pressão do grupo também pode ser diminuída induzindo a pessoa a fazer algum tipo de compromisso com seu julgamento inicial. Imagine-se como o árbitro de um jogo de beisebol da liga principal. Há um jogo acirrado na primeira base e você chama o corredor para fora - na presença de 50.000 fãs. Depois do jogo, os outros três árbitros se aproximam de você e cada um diz que achou que o corredor estava seguro. Qual é a probabilidade de você alterar seu julgamento? Compare isso com uma situação em que cada um dos três árbitros considera o corredor seguro e então é sua vez de fazer um julgamento. Essa comparação foi feita em um experimento por Morton Deutsch e Harold Gerard,[33] usando o paradigma Asch. Eles descobriram que, quando os participantes não haviam feito nenhum compromisso prévio com a escolha da

linha, cerca de 25% das respostas obedeciam ao julgamento errôneo da maioria. Mas quando os indivíduos se comprometeram publicamente antesouvindo o julgamento dos outros “árbitros”, menos de 6 por cento de suas novas respostas foram conformistas.

Responsabilidade Suponha que você esteja em uma discussão de resolução de problemas em grupo e outras pessoas o pressionem a concordar com a decisão deles. Além disso, suponha que você soubesse que, ao final da reunião, precisaria justificar sua decisão aos outros membros do grupo. Que efeito você acha que isso pode ter em seu pensamento? A pesquisa mostrou que, na maioria das condições, esse tipo de responsabilidade aumentaria sua tendência para se conformar.[34]

Mas o que aconteceria se você também recebesse instruções que enfatizassem a importância de ser o mais preciso possível? Para responder a essa pergunta, Andrew Quinn e Barry Schlenker[35] colocam as pessoas em um procedimento que visa produzir conformidade com uma má decisão. Antes do início do aspecto de conformidade do experimento, os experimentadores fizeram duas coisas: (1) fizeram com que metade dos participantes pensasse sobre a importância de ser o mais preciso possível, enquanto a outra metade pensava sobre a importância da cooperação; e (2) disseram à metade dos participantes em cada uma dessas duas condições que, depois de tomarem uma decisão, precisariam explicar seu raciocínio ao grupo. As pessoas que mostraram mais independência e tomaram as melhores decisões foram aquelas que foram orientadas a serem precisas e tiveram de explicar seu não-conformismo às próprias pessoas a cuja influência resistiram. Eles se comportaram de forma mais independente do que aqueles que foram orientados a serem precisos, mas não foram responsabilizados. O que isso sugere é que a maioria das pessoas concordará em se dar bem - a menos que saibam que serão responsabilizados por uma decisão idiota e obediente.

Autoestima e segurança De modo geral, as pessoas com baixa autoestima são mais propensas a ceder à pressão do grupo do que aquelas com alta autoestima.[36] Se forem levados a acreditar que têm pouca ou nenhuma aptidão para a tarefa em questão (como julgar o comprimento das linhas), sua tendência para se conformar aumenta. Se eles tiverem a oportunidade de ter sucesso anterior em uma tarefa - e, portanto, se sentirem seguros em suas habilidades - eles têm muito menos probabilidade de se conformar do que aqueles que entram nessa situação com frieza.[37]

Da mesma forma, o quão seguros nos sentimos em um determinado grupo determina o quão livres nos sentimos para nos desviarmos de suas normas. Se nosso amigo Sam tivesse certeza de que era querido e aceito pelas pessoas que assistiam ao debate com ele, seria mais provável que ele expressasse seu desacordodo que se ele se sentisse inseguro em seu relacionamento com eles. Para demonstrar esse fenômeno, James Dittes e Harold Kelley[38] recrutaram universitários para ingressarem em um grupo de prestígio e posteriormente informaram que os membros poderiam destituir qualquer participante, a qualquer momento, no interesse da eficiência. O grupo então iniciou uma discussão sobre crimes juvenis. Periodicamente, a discussão era interrompida e cada membro era solicitado a avaliar o valor de todos os outros membros para o grupo. Após a discussão, cada membro viu como os outros o avaliaram; na verdade, os membros receberam feedback falso previamente combinado. Alguns membros foram levados a acreditar que eram queridos e aceitos, e outros foram levados a acreditar que não eram

muito populares. O grau de conformidade de cada membro foi medido pelas opiniões que ele posteriormente expressou em uma discussão posterior e por sua vulnerabilidade à pressão do grupo durante o desempenho de uma tarefa perceptual simples. Aqueles que foram levados a se sentirem apenas moderadamente aceitos eram mais propensos a se conformar às normas estabelecidas pelos outros do que aqueles que foram levados a se sentirem totalmente aceitos. Depois de conquistar um lugar seguro no grupo, relaxamos e expressamos nossas opiniões com mais liberdade.

Idade Como vimos, até mesmo as crianças se adaptam por reflexo ao que seus colegas estão fazendo. É assim que aprendemos muitas coisas, incluindo nossos padrões de fala e sotaques.[39] Mas as pressões de conformidade são mais intensas para jovens entre 10 e 25 anos. Até então, os sistemas de autocontrole do cérebro - que governam o planejamento, pensando no futuro, avaliando riscos e suprimindo impulsos - ainda estão em desenvolvimento. O que os adultos observam sobre os adolescentes desde tempos imemoriais acaba sendo verdade: os adolescentes tornam-se pessoas muito diferentes na companhia uns dos outros - geralmente em detrimento e saúde deles. Em comparação com os motoristas adultos, os motoristas adolescentes têm três vezes mais probabilidade de sofrer um acidente se os passageiros estiverem no carro.[40] Laurence Steinberg e seus associados[41] descobriram que os jovens adultos eram mais propensos a interpretar comportamentos de risco - passar um sinal vermelho, usar drogas e álcool, furtar em lojas e assim por diante - como “empolgantes” em vez de “perigosos” se estivessem com seus colegas no momento. Os centros de prazer no cérebro são ativados quando os pares estão presentes e, sem um córtex pré-frontal totalmente desenvolvido para impor o autocontrole, os jovens mostram uma tendência maior de cometer ações perigosas e tolas. Como disse um especialista em violência adolescente: “A criatura mais estúpida que já andou na face da terraé um adolescente na companhia de seus colegas. ”[42] Talvez, mas as adolescentes não ficam muito atrás. Abigail Baird[43] descobriu que se uma garota popular em um grupo de adolescentes expressa uma opinião - mesmo que seja maluca - seus colegas frequentemente encontrarão uma maneira de convencer a si mesmos a concordar com sua posição. Em um estudo, perguntou-se a adolescentes se era uma boa ideia nadar no oceano se um tubarão tivesse sido avistado na área. Individualmente, todas as garotas eram inflexíveis em seus pensamentos - de jeito nenhum elas iriam entrar. Mas em grupos, quando Baird fazia a garota dominante responder à pergunta sugerindo que poderia ser uma aventura emocionante, as outras garotas começavam a concordar com ela, construir racionalizações para nadar com tubarões.

A natureza do grupo do Grupo A é mais eficaz em induzir conformidade se (1) consistir em especialistas percebidos, (2) seus membros são de alto status social (por exemplo, os garotos populares em uma escola secundária), ou (3) seus membros são semelhantes de maneira significativa, como idade, ocupação, ideologia política, raça ou etnia. Assim, Sam estaria mais propenso a se conformar com a pressão exercida por seus conhecidos se pensasse que eles são especialistas em política e em fazer julgamentos sobre a sinceridade humana. Ele estaria mais propenso a ceder aos pontos de vista deles se eles tivessem um status superior e ele quisesse fazer parte de seu círculo. Ele teria mais probabilidade de se conformar com seus colegas estudantes do que, digamos, com um grupo de crianças de 10 anos, um grupo de operários da construção ou um grupo de bioquímicos portugueses. Finalmente, ele terá mais probabilidade de se conformar se

estiver em um grupo racialmente homogêneo do que em um grupo racialmente diverso. Quando estudantes universitários brancos do sexo masculino foram expostos aos julgamentos unânimes (mas errôneos) de três pares em uma tarefa de julgamento do tipo Asch, eles se mostraram mais conformados quando todos os três pares eram brancos do que quando uma pessoa de outra raça estava no grupo. Você pode antecipar um benefício na vida real dessa descoberta: a saber, que a diversidade racial pode desencorajar o pensamento de grupo.[44]

Os grupos aos quais pertencemos e com os quais nos identificamos - nossos **grupos de referência** - refletem e moldam nossas identidades e comportamentos. Freqüentemente, quando mudamos os grupos de referência, mudamos nosso comportamento e atitudes também para nos conformarmos. Por exemplo, alunos que se mudam para uma nova escola ou encontram novos grupos de amigos dentro de uma escola tendem a se tornar mais parecidos com o grupo ao qual ingressaram; seus esforços e realizações acadêmicas aumentam ou diminuem para se conformar com seus novos pares. “Eles trabalham duro? Eu irei também." “Eles acham que o trabalho escolar é chato e não vale a pena fazer? Eu concordo."[45] Da mesma forma, alunosque mudam de famílias politicamente conservadoras para ambientes muito mais liberais quando vão para a faculdade, muitas vezes se tornam mais liberais em suas atitudes, a menos que mantenham ligações estreitas com seu grupo de referência mais conservador em casa.[46]

Grupos de referência:

grupos aos quais pertencemos e com os quais nos identificamos

Christian Crandall[47] descobriu um efeito especialmente pernicioso da conformidade de grupo ao examinar a imagem corporal e os padrões alimentares de mulheres em duas irmandades universitárias. Cada irmandade diferia em suas atitudes coletivas sobre a imagem corporal feminina ideal e se a compulsão alimentar e a purgação eram uma forma desejável de mantê-la. O poderoso grupo de referência da irmandade exerceu pressão sobre seus membros para que tivessem o tipo de corpo “certo” (como ser magro) e o comportamento certo (o quanto era legal comer compulsivamente). Quanto mais as mulheres obedeciam ao ideal de aparência e comportamento do grupo, mais populares elas eram. Portanto, se você estivesse em uma irmandade onde todos achavam que você deveria ser magro e, no entanto, comer muito, seria mais popular se comesse e se purificasse.

Normas sociais

Nossa discussão sobre conformidade sugere fortemente que as pessoas formem suas idéias sobre o que é um comportamento socialmente apropriado em um determinado ambiente ou dentro de uma comunidade, observando o que outras pessoas estão fazendo. O poder dessa norma percebida sobre suas próprias crenças e ações depende de até que ponto eles percebem que a norma é universalmente endossada e de até que ponto eles se preocupam com a situação ou a comunidade envolvida. Uma norma pode ser simplesmente descritiva, refletindo nosso conhecimento sobre o *que a maioria das pessoas faz* em uma determinada situação. Algumas normas são cautelares, especificando o que as pessoas *devem fazer* , geralmente por meio de diretivas explícitas, como placas proibindo fumar, usar telefone celular ou jogar lixo.

As instituições freqüentemente desejam criar normas sem fazer uma demanda direta. Muitos anos atrás, durante uma das secas recorrentes na Califórnia, descobriu-se que apenas 6 por cento dos alunos da casa de campo da minha universidade estavam em conformidade com o pedido de tomar banhos curtos, como a universidade estava solicitando. No capítulo anterior, escrevi sobre o “paradigma da hipocrisia” que usamos para fazer as pessoas economizarem água. Desta vez, meus alunos e eu[48] conduziram um experimento de campo simples com o objetivo de induzir os alunos a encurtar seus chuveiros, levando-os a acreditar que seus colegas estavam encurtando os seus.Recrutamos a ajuda de alguns alunos do sexo masculino que atuaram como modelos e observadores. Não querendo que as pessoas se conformassem por medo de desaprovação ou punição, criamos o experimento da seguinte maneira: Nosso modelo entrou no banheiro do centro atlético da universidade quando ele estava vazio, foi para o outro lado, deu as costas para a entrada, e abriu o chuveiro. Assim que ouvia alguém entrar no banheiro, ele desligava o chuveiro, ensaboava o corpo com sabão e enxaguava rapidamente, conforme as placas colocadas nas proximidades pediam. Ele então sairia da sala sem sequer olhar para o aluno que havia entrado. Quando ele saiu, outro aluno (nosso observador) entrou e sub-repticiamente notou se o objeto de nossa investigação seguiu o exemplo, desligando o chuveiro enquanto se ensaboava. Descobrimos que 49 por cento dos alunos se conformaram e, quando dois alunos simultaneamente modelaram o comportamento apropriado, a conformidade aumentou para 67 por cento! Assim, em uma situação ambígua, outras pessoas podem nos induzir a nos conformar, comportando-nos de maneiras que nos permitem saber o que “a maioria das pessoas” faz naquela situação.

Vamos dar uma olhada nas normas sobre jogar lixo. Suponha que, ao se aproximar de seu carro no estacionamento da biblioteca local, você perceba que alguém enfiou um daqueles panfletos irritantes embaixo do seu limpador de para-brisa. Então você remove e, sem pensar, amassa. A questão crucial: você joga no chão ou enfia no bolso para que possa jogá-lo na lata de lixo mais tarde? A resposta: em grande medida, depende do que você acha que os outros fariam nesse ambiente. Em seu experimento de campo, Robert Cialdini e seus associados[49] colocaram panfletos sob os limpadores de para-brisa de vários carros e esperaram para observar o que as pessoas faziam quando voltavam para seus carros. Às vezes, um cúmplice dos experimentadores passava por eles quando saíam da biblioteca, abaixou-se, pegou uma sacola de fast-food descartada que estava no meio da rua e a colocou em uma lata de lixo. Na condição de controle, nenhuma bolsa estava caída no chão; o cúmplice simplesmente passou pelas pessoas que se dirigiam para seus carros. Nessa situação, quando as pessoas chegaram ao carro e viram o folheto, 37% o jogaram no chão. Na condição de modelagem de bolsa de comida, apenas 7% jogou no chão.

Em um experimento paralelo,[50] pesquisadores eliminaram o modelo e, em vez disso, manipularam a aparência do estacionamento - enchendo-o de panfletos, deixando apenas um pedaço de papel no chão ou deixando-o completamente limpo. Qual condição torna as pessoas menos propensas a jogar lixo? Quando o chão estava coberto de papel,a maioria dos motoristas simplesmente seguiu o exemplo - provavelmente pensando: “Afinal, se ninguém se preocupa com a limpeza do estacionamento, por que eu deveria?” Mas era menos provável que jogassem lixo se um único pedaço de papel estivesse no chão

próximo do que se o estacionamento estivesse completamente limpo. Por que isso pode ser? O único pedaço de papel amassado nos lembra a norma cautelar contra lixo - e nos mostra que a grande maioria das pessoas está seguindo a norma de manter o lote limpo. Se o estacionamento não tiver lixo, a maioria das pessoas provavelmente nem pensa sobre a norma e, portanto, é mais provável que jogue lixo sem pensar.

Em outro conjunto de experimentos, Kees Keizer e seus associados[51] levou esse raciocínio um passo adiante, para mostrar que, quando as pistas ambientais sugerem que a maioria das pessoas está desrespeitando as regras, o mau comportamento e a violação das normas são incentivados. A equipe de Keizer deixou um grande envelope pendurado em parte fora de uma caixa de correio pública em uma área urbana de uma cidade na Holanda, como se alguém tivesse tentado apressadamente - e sem sucesso - enviar a carta. Uma nota de 5 € apareceu na janela de endereço do envelope. Os transeuntes que o viram empurrariam o envelope para a caixa de correio ou roubariam o envelope com o dinheiro? A resposta dependia de um detalhe crítico manipulado pelos experimentadores: às vezes, a caixa de correio tinha pichações e lixo espalhado pela área; às vezes a caixa de correio e a área ao redor estavam limpas. Na condição de caixa de correio limpa, apenas 13 por cento dos transeuntes roubaram o envelope. Com o grafite e o lixo, 27 por cento dos transeuntes roubaram a carta. (Ainda um número baixo - mas isso foi, afinal, na Holanda!) Você pode reconhecer esta configuração como um teste da "teoria das janelas quebradas", que afirma que quando o ambiente envia a mensagem de que as pessoas não se importam, a desordem se espalha para o comportamento humano.[52] As pessoas parecem dizer a si mesmas: “Oh, que diabos. Se os outros vão se comportar de maneira irresponsável, eu também posso. ”

Para resumir, as pessoas seguem suas sugestões de outras pessoas e normalmente se sentem desconfortáveis quando se desviam das normas do grupo a que pertencem, especialmente se valorizam ou se identificam com o grupo. Em muitas situações (como a situação de Asch), as normas são bem definidas (todos pensam que a linha A é mais longa). Em outras situações, as pessoas não têm idéia das normas e são forçadas a inferi-las das ações alheias, por isso o sujeito no banheiro, o sujeito pegando um pedaço de lixo ou a presença de pichações podem ser tão influentes . Vários pesquisadores usaram o poder das normaspara fazer as pessoas mudarem de comportamento, às vezes com sucesso dramático. Por exemplo, placas em quartos de hotel pedindo aos hóspedes que reutilizem suas toalhas funcionam melhor quando dizem explicitamente que "a maioria dos outros hóspedes neste quarto reutilizou as suas".[53] Informar os caminhantes em um parque nacional que muito poucas pessoas infringiram as regras contra a coleta de madeira petrificada reduziu a incidência significativamente mais do que as placas que apenas pediam às pessoas para não removerem a madeira.[54]

O Espectador Não Envolvido como Conformista

Nossa tendência para nos conformar também pode nos impedir de agir quando as pessoas precisam de nossa ajuda. Em 1964, o *New York Times* publicou uma história chocante, que deixou um grande legado na história da pesquisa psicossocial. Uma jovem chamada Kitty Genovese foi morta a facadas perto de sua casa em Queens, Nova York. Foi um evento trágico, mas não especialmente interessante para os nova-iorquinos em uma época em que as taxas de homicídio eram muito mais altas do que são hoje. O que

tornou o caso Genovese distinto foi que, de acordo com as notícias da época, 38 de seus vizinhos vieram às suas janelas às 3h00 em resposta aos seus gritos de terror - e permaneceram em suas janelas olhando fascinados por 30 minutos foi preciso seu agressor para completar seu ato terrível. O *New York Times* afirmou que ninguém veio em seu auxílio; ninguém levantou o telefone para chamar a polícia até que fosse tarde demais.[55]

A história, que acabou sendo exagerada por causa das manchetes sensacionais,No entanto, [56] articulou os profundos temores de muitas pessoas em relação ao crime e à alienação social. Produziu uma onda de especulações e dúvidas sobre a apatia das pessoas que vivem nas cidades. O que há de errado com eles? Por que eles virariam as costas para um vizinho em perigo? Talvez os espectadores estivessem sonolentos ou atordoados. Afinal, as pessoas dificilmente têm controle total de suas faculdades mentais às três da manhã. Talvez, mas foi em plena luz do dia que uma menina de dois anos foi atropelada por duas vans em Foshan, China. Nos sete minutos seguintes, mais de uma dúzia de pessoas, gravadas por uma câmera de segurança impassível, passaram por ela ou passaram de bicicleta, sem fazer nada. Por fim, uma mulher puxou a menina para o lado da estrada e ela foi levada para um hospital, onde morreu logo em seguida.

Por que esses espectadores não correram para ajudar? Para começar, as entrevistas realizadas com os espectadores do assassinato em Genovese revelaram que eles eram tudo, menos indiferentes - eles estavam horrorizados.Algo diferente da apatia estava em jogo em sua aparente indiferença.

O assassinato genovês lançou uma extensa pesquisa destinada a identificar as razões pelas quais uma pessoa pode deixar de intervir quando um estranho está em apuros. Um dos motivos são as normas culturais.[57] Se você viajasse pelo mundo jogando canetas, fingindo estar doente ou fingindo ser cego, tenderia a receber mais assistência de pessoas de países latinos, que valorizam mais o *simpático* , a disposição de ajudar os outros, do que em os Estados Unidos. Também é mais provável que você obtenha ajuda em lugares onde o ritmo de vida é mais lento e há menos demandas da atenção de um transeunte. Pesquisa liderada por Robert Levine[58] descobriram que a utilidade é a mais baixa em grandes cidades populosas como Nova York, onde as pessoas caminham rapidamente e enfrentam distrações abundantes; eles precisam perceber sua angústia antes de poderem responder a ela.

Uma segunda razão para não intervir é que, mesmo quando as pessoas percebem alguém em apuros, podem deixar de identificá-lo como uma emergência. John Darley, Bibb Latané e seus colegas[59] levantaram a hipótese de que a vítima tem menos probabilidade de obter ajuda se muitas pessoas estiverem observando sua angústia. Sua não intervenção é um ato de conformidade com a maneira como outras pessoas estavam definindo a razoabilidade e a conveniência de ajudar ou não ajudar. Qual é a maneira apropriada de pensar ou sentir sobre o que está acontecendo agora? Como vimos, o que outras pessoas estão fazendo costuma ser o guia mais claro.

Suponha que você encontre uma mulher deitada com uma perna quebrada em uma rua movimentada. Ela está claramente com dor. O que mais você vê? Você vê muitas pessoas passando pela mulher, olhando para ela e continuando seu caminho. Como você

definirá a situação? Você pode concluir que não é apropriado intervir. Talvez não seja sério; talvez ela esteja embriagada; talvez a coisa toda esteja sendo encenada para um reality show. “Afinal”, você diz para si mesmo, “se ela estiver realmente em apuros, ela terá usado o celular para ligar para o 911. Ou outra pessoa teria. E por que nenhuma dessas outras pessoas está fazendo nada? ” Assim, podemos prever que a própria presença de muitas outras pessoas, em vez de aumentar a probabilidade de *alguém* ajudar, na verdade diminui a probabilidade de *alguém* ajudar.

Esta é uma conjectura interessante, mas é verdade? Para descobrir, Bibb Latané e Judith Rodin[60] conduziram um experimento construído em torno de uma mulher em perigo. Uma jovem pediu a 120 estudantes universitários do sexo masculino que preenchessem um questionário. Ela então se retirou para a próxima sala, dizendo que voltaria quando os alunos terminassem.Poucos minutos depois, ela encenou um acidente. Os alunos ouviram o som (de uma gravação escondida) da jovem subindo em uma cadeira, seguido por um grito alto e um estrondo, como se a cadeira tivesse desabado e ela tivesse caído no chão. Eles então ouviram gemidos e choro e a declaração angustiada: “Oh, meu Deus, meu pé, eu ... não consigo movê-lo. Oh ... meu tornozelo ... não consigo tirar essa coisa de cima de mim. " Os gritos continuaram por cerca de um minuto e diminuíram gradualmente.

A questão, é claro, era se os participantes viriam em ajuda da mulher. A variável importante no experimento era se os rapazes estavam sozinhos na sala. Dos que estavam sozinhos, 70% se ofereceram para ajudá-la; daqueles que estavam sentados na sala com um estranho, apenas 20% ofereceram ajuda. Assim, a mera presença de um outro espectador tende a acção de inibição, um fenómeno chamado o **espectador efeito** . Quando entrevistado posteriormente, os participantes inúteis que estavam no quarto com outra pessoa disse que eles tinham concluído que o acidente provavelmente não era sério, pelo menos em parte por causa da inatividade de seu parceiro.

efeito espectador:

o que ocorre quando outro observador ou outros observadores tendem a inibir ações úteis

Outra razão, além da conformidade, que os espectadores podem deixar de intervir é a **difusão da responsabilidade** : Mesmo que as pessoas concluam que o evento é uma emergência genuína, a consciência de outras testemunhas difunde a responsabilidade sentida por qualquer pessoa. Para testar essa ideia, Darley e Latané[61] arranjou uma situação experimental em que as pessoas eram colocadas em salas separadas, mas podiam se comunicar umas com as outras por meio de microfones e fones de ouvido. Eles podiam ouvir um ao outro, mas não se ver. Os investigadores então tocaram uma gravação imitando os sons de uma crise epiléptica por parte de um dos participantes. Em uma condição experimental, cada pessoa foi levada a acreditar que ela foi a única que ouviu a convulsão; em outras condições, cada pessoa foi levada a acreditar que uma ou mais pessoas também tinham ouvido. Aqueles que pensavam que eram os únicos ouvintes tinham muito mais probabilidade de sair da sala e tentar ajudar do que aqueles que pensavam que outros também estavam ouvindo. Com o aumento do número de pessoas ouvindo, a responsabilidade individual se difundiu entre elas e a probabilidade de oferecer assistência diminuiu.

Difusão de responsabilidade:

um fenômeno onde a consciência de outras testemunhas difunde os sentimentos de responsabilidade de um espectador para agir

Outros fatores podem entrar no cálculo de ajudar um estranho, incluindo alguns aparentemente triviais, como John Darley e Daniel Batson[62] ilustrado. Eles alistaram estudantes de divindade em PrincetonSeminário Teológico, aparentemente com o propósito de registrar um discurso. Cada aluno praticava sua palestra em uma sala; então, ele foi instruído a caminhar até outro prédio, onde sua apresentação seria gravada. Nesse ponto, alguns dos alunos foram informados de que estavam atrasados para o compromisso e foram levados para fora. Outros foram informados que eles eram pontuais e o resto que eles tinham tempo de sobra. No caminho para o outro prédio, os alunos encontraram uma vítima aparente caída em uma porta, com a cabeça baixa e os olhos fechados, tossindo pateticamente. Mais da metade desses futuros ministros que chegaram cedo ou pontualmente pararam para ajudar a vítima, mas apenas 10 por cento daqueles que pensaram que eles estavam atrasados para sua nomeação ofereceram ajuda - mesmo quando o discurso que eles deveriam fazer incluía a parábola do Bem Samaritano! Aparentemente, os alunos estavam muito distraídos com o atraso e a missão para definir a situação como uma emergência o suficiente para se envolverem.

A facilidade com que as pessoas podem ser levadas a não intervir projeta um quadro bastante sombrio da condição humana. Mas essa não é a imagem completa. Acampar no Parque Nacional de Yosemite há muitos anos, minha família e eu ouvimos a voz de um homem gritar. Ninguém em nossa tenda poderia ter certeza se era um grito de dor, surpresa ou alegria. Talvez alguém estivesse brincando? Talvez um companheiro de acampamento estivesse sendo atacado por um urso? O que vimos quando saímos da tenda foi animador. De toda a área, uma miríade de luzes bruxuleantes convergiam para um único ponto. Eram lanternas e lanternas carregadas por dezenas de campistas que corriam em socorro do homem que havia gritado. Acontece que seu grito foi de surpresa causado por uma chama relativamente inofensiva em seu fogão a gasolina. Os outros campistas pareceram quase desapontados quando souberam que sua ajuda não era necessária. Eles caminharam de volta para suas tendas e, eu presumi, caíram no sono imediatamente.

Eu, porém, não conseguia dormir, intrigado com a contradição entre o que acabara de acontecer e o efeito espectador. Por que esses campistas se comportaram de maneira tão diferente? De que forma as situações eram diferentes? Havia pelo menos dois fatores operando no acampamento que não estavam presentes ou estavam presentes apenas em um pequeno grau nas situações discutidas anteriormente. Um se reflete em meu uso do termo “nossos companheiros de acampamento”. Especificamente, um sentimento de "destino comum" ou reciprocidade pode ser gerado entre pessoas que compartilham os mesmos interesses, prazeres, dificuldades e condições ambientais de um ambiente fechado como um acampamento, um sentimento mais forte demutualidade que existe entre pessoas que são meramente residentes do mesmo país, condado ou cidade. Um segundo fator é que não havia como escapar do aspecto face a face da situação: em uma cidade grande, as pessoas podem fugir de um estranho em apuros; os participantes dos experimentos Darley-Latané não estavam em uma relação cara a cara com a vítima e

sabiam que poderiam escapar do ambiente em pouco tempo. No acampamento, estávamos todos juntos; os campistas teriam que enfrentar diretamente na manhã seguinte tudo o que eles haviam permitido que acontecesse na noite anterior. Parece que, nessas circunstâncias, os indivíduos estão mais dispostos a assumir responsabilidades uns pelos outros.

Claro, estou especulando. A ajuda dos campistas em Yosemite não é conclusiva porque não fazia parte de um experimento controlado. Um dos maiores problemas com dados observacionais como esses é que o observador não tem controle sobre quem são as pessoas na situação. Talvez os campistas, por natureza ou experiência, sejam mais gentis, gentis, mais atenciosos e mais humanos do que os moradores urbanos. Talvez eles tenham sido escoteiros e escoteiras quando crianças - daí seu interesse em acampar - e em escotismo, eles foram ensinados a serem úteis para outras pessoas.

Uma das razões para fazer experimentos é controlar este tipo de incerteza e, de fato, um experimento subsequente de Irving Piliavin e seus associados[63] apoiou minhas especulações sobre a experiência do acampamento. Em seu experimento, um cúmplice dos experimentadores cambaleou e desabou em um vagão do metrô de Nova York, na presença de várias outras pessoas. A "vítima" permaneceu esticada no chão do trem, olhando para o teto. Esta cena foi repetida 103 vezes sob uma variedade de condições. O resultado mais surpreendente foi que, em grande parte do tempo, as pessoas espontaneamente correram em socorro da vítima, especialmente quando ela parecia obviamente doente; em mais de 95% dos testes, alguém ofereceu ajuda imediatamente. Mesmo quando a vítima recebeu uma garrafa de bebida para carregar e o fez cheirar a álcool, ela recebeu ajuda imediata em 50 por cento dos testes. Ao contrário do comportamento dos participantes com os quais Darley e Latané lidaram, o comportamento de ajuda das pessoas no trem do metrô não foi afetado pelo número de transeuntes. As pessoas ajudavam com a mesma frequência e rapidez em trens lotados (onde poderia ter havido uma difusão de responsabilidade) e em trens praticamente vazios. Embora as pessoas no metrô de Nova York estivessemem um ambiente tão diferente do Parque Nacional de Yosemite quanto poderia ser, o metrô e o acampamento tinham duas coisas em comum: (1) as pessoas tinham a sensação de compartilhar um destino comum e (2) estavam em uma situação cara a cara com a vítima da qual não houve fuga imediata.

Hoje, depois de décadas de pesquisa sobre a apatia e a intervenção do espectador, temos uma ideia melhor das influências em ambas as respostas. Uma meta-análise dos muitos estudos realizados desde a primeira identificação do efeito espectador oferece motivos para otimismo: em emergências verdadeiramente perigosas e *inequívocas* - uma criança está se afogando; pessoas estão sendo alvejadas por um atirador louco em uma escola, cinema ou rua; ou um ataque terrorista - as pessoas têm maior probabilidade de intervir para ajudar e, na verdade, são freqüentemente estimuladas a fazê-lo pela presença de outras pessoas. Na verdade, eles correrão para ajudar de maneiras incrivelmente generosas, às vezes arriscando sua própria segurança.[64] Após o atentado terrorista na maratona de Boston em 2013, muitos espectadores correram *para* a área mais perigosa para ajudar os sobreviventes.

Que condições tornam a apatia ou o altruísmo mais prováveis? O senso de um “destino comum” é claramente ativado e eles estão em situações face a face com as vítimas. Quando essas condições não existem, os indivíduos fazem uma avaliação rápida, muitas vezes inconsciente, sobre se devem ou não se envolver: A situação é realmente séria? Requer minha intervenção pessoal? Ajudar será difícil ou caro para mim? Minha ajuda beneficiará a vítima? Posso sair facilmente? Sua resposta à situação dependerá de suas respostas a cada uma dessas perguntas.

Ignorância Pluralística

As normas até governam nossas emoções internas e como e quando devemos expressá-las (ou suprimi-las). A maioria das pessoas obedece às *regras* de demonstração de tristeza em funerais, felicidade em casamentos e afeto para com parentes. E se não nos sentirmos realmente tristes, felizes ou afetuosos? Representar uma emoção que não sentimos realmente porque acreditamos que é socialmente apropriada é chamado de *trabalho emocional.*[65] Às vezes, o trabalho emocional é um requisito normativo do trabalho. Os comissários de bordo, os garçons de restaurantes e os representantes de atendimento ao cliente devem fazer cara de feliz para transmitir alegria, mesmo que estejam particularmente zangados com um cliente rude ou bêbado. Os cobradores devem fazer uma cara severa para transmitir uma ameaça,mesmo que sintam pena da pessoa de quem estão cobrando dinheiro.[66]

Obedecer às regras de exibição pode suavizar nossas interações sociais, mas o uso que fazemos de outras pessoas para definir situações para nós pode ser especialmente problemático quando há sentimentos fortes envolvidos que as pessoas têm medo de mostrar - ou estão tentando se conformar com o que se espera delas. As pessoas costumam achar que não é legal revelar certas emoções em público, então tentamos parecer menos temerosos, preocupados, deprimidos, ansiosos ou sexualmente excitados do que realmente somos. Por exemplo, a partir da aparência blasé nos rostos dos patronos de clubes de strip, pode *não* acho que eles estavam sexualmente excitado ou mesmo interessados. Da mesma forma, o proverbial visitante de Marte pode não perceber a ansiedade dos pacientes adultos na sala de espera de um dentista ao observar os olhares impassíveis em seus rostos. Portanto, pode ser enganoso julgar a seriedade de uma situação olhando para as expressões emocionais dos outros, porque as pessoas muitas vezes escondem seus verdadeiros sentimentos por trás de uma cara de pau.

Isso pode criar uma situação que os psicólogos sociais chamam de **ignorância pluralística** , a crença coletiva em uma falsa norma criada pelo comportamento ambíguo de outras pessoas. O cenário clássico para ver a ignorância pluralística em ação é a sala de aula da faculdade. Imagine que seu professor acabou de explicar um conceito extremamente complicado. Ela se vira para a classe para verificar se todos entenderam. "Alguma pergunta? Alguém não entendeu? ” ela pergunta. Na verdade, *você* não entendeu e com certeza gostaria de receber mais explicações. Você olha ao redor da sala com indiferença para ver se está sozinho em sua confusão e não encontra nada além das expressões indiferentes de seus colegas de classe. Eles fazem você se preocupar com o fato de que só você está confuso, e isso aumenta o risco de você levantar a mão para admitir que não entendeu. Na realidade, muitos de seus colegas estão passando pela mesma experiência, em parte por olharem para o *seu* rosto inexpressivo. A ignorância

pluralística pode ser uma barreira séria para a eficácia da sala de aula, mas é facilmente superada com a tecnologia que permite que os alunos respondam anonimamente em tempo real a perguntas potencialmente embaraçosas como "Alguém não entendeu isso?"

ignorância pluralística:

a crença coletiva em uma falsa norma criada pelo comportamento ambíguo de outros

O consumo excessivo de álcool nos campi universitários também é promovido pela ignorância pluralística, porque os alunos devem inferir normas a partir do comportamento (frequentemente bêbado) de seus colegas. E essa norma cria sérios problemas: dois em cada três estudantes universitários que consomem álcool se envolvem em bebedeiras e, não raro, desmaiam, o quecausa quase 1.800 mortes a cada ano e leva a outros comportamentos de alto risco, como sexo desprotegido e agressão sexual.[67] No entanto, as pesquisas mostram que a maioria dos estudantes universitários acredita que eles próprios se sentem mais desconfortáveis com o consumo excessivo de álcool do que seus colegas - então, é claro, eles bebem mais para corresponder à sua norma percebida. O que fazer? Dale Miller e Deborah Prentice[68] descobriram que apenas dar aos alunos informações precisas sobre o consumo de álcool de seus colegas e seus verdadeiros sentimentos (negativos) sobre o consumo excessivo de álcool reduziu a conformidade - e diminuiu a taxa de consumo de álcool. Um estudo semelhante designou os alunos do primeiro ano a uma discussão orientada por pares, que os tornou cientes da ignorância pluralística, ou a uma discussão orientada a indivíduos, que focou na tomada de decisões sobre beber. Quatro a seis meses depois, os alunos na condição orientada para os pares relataram beber significativamente menos do que os alunos na condição orientada para o indivíduo; a força da norma de beber havia sido enfraquecida.[69] Mude as normas percebidas e o comportamento das pessoas seguirá o exemplo.

A ignorância pluralística pode ser literalmente uma assassina. Por exemplo, apesar de uma queda geral nos homicídios na última década, os americanos negros têm quase oito vezes mais probabilidade de serem vítimas de assassinato do que os americanos brancos; Os homicídios relacionados a gangues em áreas urbanas continuam teimosamente altos. Em sua abordagem inovadora para reduzir a taxa de assassinatos entre gangues urbanas, o lendário criminologista David Kennedy[70] passou centenas de horas conhecendo os rapazes. A polícia os descreveu como “sem coração, sem medo, sociopatas”, então Kennedy ficou surpreso ao saber, ao entrevistar os membros da gangue, que a maioria deles estava com medo, odiava a violência e queria uma vida normal. “Eles falavam muito quando estavam em grupos e é por isso que os policiais pensavam que eram sociopatas”, escreveu Kennedy, “mas quando eu os pegava sozinho, eles confessavam que estavam morrendo de medo. Mostrar medo na frente de membros de sua gangue é perigoso, então todos olham em volta e pensam que só eles odeiam a vida. ” Kennedy e sua equipe começaram sua intervenção confrontando essa ignorância pluralista, que Kennedy descreveu como a condição em que “todos em um grupo acreditam que todos no grupo acreditam em algo que ninguém no grupo acredita”. Ao reunir a polícia e os membros de gangues e revelar seus reais sentimentos de horror e desespero sobre o que estava acontecendo, eles puderam iniciar um processo que reduziu substancialmente a violência de gangues e o índice de homicídios em várias cidades importantes.[71]

Níveis de Conformidade

Até agora, descrevi dois motivos para a conformidade: se uma pessoa é motivada pelo desejo de se encaixar e pertencer, ou pela necessidade de estar correta. Vamos além dessas distinções simples para uma classificação mais complexa e útil, distinguindo entre três níveis de conformidade: *conformidade* , *identificação* e *internalização* .[72]

O termo **conformidade** descreve melhor o comportamento de uma pessoa que é motivada pelo desejo de obter recompensa ou evitar punição. Normalmente, o comportamento da pessoa dura apenas tanto quanto a promessa de recompensa ou a ameaça de punição. Você pode fazer um rato correr um labirinto com eficiência deixando-o com fome e colocando comida no final do labirinto. Um ditador implacável poderia fazer com que uma porcentagem de seus cidadãos jurassem lealdade, ameaçando-os de tortura se eles não obedecessem ou prometendo alimentá-los e enriquecê-los se o fizessem. Remova a ameaça de punição ou os benefícios da riqueza, no entanto, e os cidadãos deixarão de demonstrar lealdade ao ditador. A obediência é o menos duradouro e tem o menor efeito sobre o indivíduo, porque o comportamento da pessoa muda assim que as recompensas ou punições mudam.

conformidade:

descreve o comportamento de uma pessoa motivada pelo desejo de recompensa ou para evitar punição

O termo **identificação** descreve um nível de conformidade gerado pelo desejo de um indivíduo de ser como o grupo ou modelo que admira. Na identificação, assim como na obediência, não nos comportamos de uma maneira particular porque tal comportamento é intrinsecamente satisfatório; em vez disso, fazemos isso porque nos coloca em um relacionamento satisfatório com a pessoa ou pessoas com quem nos identificamos. A identificação difere de conformidade porque passamos a acreditar nas opiniões e valores que adotamos, embora possamos não acreditar neles muito fortemente. Assim, se encontrarmos uma pessoa ou grupo atraente de alguma forma, estaremos inclinados a deixar essa pessoa ou grupo nos influenciar pela adoção de seus valores e atitudes.

identificação:

uma resposta à influência social provocada pelo desejo de um indivíduo de ser como o influenciador

Eu penso nisso como o bom e velho fenômeno Tio Harry e Tia Harriet. Suponha que você tenha um tio e uma tia afetuosos, dinâmicos e emocionantes; Desde pequeno, você amou esses mais velhos e queria crescer para ser como eles. Quando você está na faculdade, você incorporou suas crenças políticas - esquerda, direita ou centro - às suas, não porque as examinou cuidadosamente ou as adquiriu por experiência própria, ou mesmo porque foi recompensado por adotar (ou punidos por não adotar) seus pontos de vista. Em vez disso, suas opiniões se tornaramparte de seu sistema de crenças porque você ama muito esses parentes e quer ser como eles.

Esse fenômeno ocorre com frequência quando encontramos as opiniões de pessoas de quem gostamos ou admiramos - até mesmo relativamente estranhos. Geoffrey Cohen e

Michael Prinstein[73] pediram a alunos do ensino médio que participassem de discussões em salas de bate-papo on-line uns com os outros. Um dos tópicos discutidos era o que os alunos fariam se a maconha fosse oferecida em uma festa. Em uma condição, os participantes foram levados a acreditar que estavam conversando com dois colegas populares e admirados de sua escola. Na outra, esses colegas foram identificados como alunos de popularidade meramente média. Quando os adolescentes acreditavam que estavam conversando com os colegas de classe populares, eles eram muito mais propensos a adotar suas opiniões. Se os admirados colegas dissessem que fumariam a maconha, os participantes tendiam a concordar que fariam isso também; se os admirados colegas disseram que recusariam a maconha, o mesmo fizeram os participantes. Ao contrário do tipo de conformidade no experimento Asch, que era meramente conformidade, a influência aqui era durável; ficou evidente ainda mais tarde, quando os participantes foram convidados a dar suas opiniões sobre a maconha em particular.

Recompensa ou punição contínua não são necessárias para a identificação. Você pode se identificar com alguém que não está presente; você só precisa querer ser como essa pessoa. Se sua tia e seu tio se mudarem para uma cidade diferente e meses (ou mesmo anos) passarem sem que você os veja, você continuará a ter crenças semelhantes às deles enquanto (1) eles permanecerem importantes para você, (2) eles ainda mantenha as mesmas crenças, e (3) suas crenças não são desafiadas por contra-opiniões que são mais convincentes para você. Por outro lado, suas crenças podem ser alteradas se seus parentes mudarem suas crenças políticas ou se você encontrar outras pessoas que são mais importantes para você e que professam crenças diferentes. Nesse caso, você pode mudar de ideia porque agora está se identificando mais fortemente com seu novo grupo de referência.

Finalmente, a **internalização** de um valor ou crença é o nível mais permanente de conformidade. A motivação para internalizar uma crença é o desejo de estar certo. Se admiramos alguém que consideramos confiável e de bom senso, aceitamos a crença de que essa pessoa defende e a integramos em nosso sistema de valores. Depois que internalizamos uma crença e a tornamos nossa, ela se torna independente de sua fonte e se tornará extremamente resistente a mudanças - como vimos na discussão sobre autojustificação no capítulo anterior.A internalização é, portanto, o nível mais permanente de conformidade precisamente porque a motivação para estar certo - e acreditar que estamos certos - é uma força poderosa e autossustentável que não depende de vigilância constante na forma de agentes de recompensa ou punição, assim como a obediência, ou em nossa contínua estima por outra pessoa ou grupo, assim como a identificação.

internalização:

a resposta mais profundamente enraizada à influência social; motivação para internalizar uma crença particular enraizada no desejo de estar certo

Qualquer ação específica pode estar enraizada na conformidade, identificação ou internalização. Vejamos um comportamento simples: obediência aos limites de velocidade. A maioria das pessoas obedece ao limite de velocidade para evitar o pagamento de multa se forem apanhadas. Isso é conformidade; eles estão obedecendo à lei. Se a polícia tivesse que parar de fazer cumprir a lei, muitas pessoas ultrapassariam o

limite de velocidade. Mas alguns continuariam a obedecer porque, digamos, papai sempre enfatizou a importância de obedecer às leis de trânsito, e eles admiram o pai e querem dirigir como ele. Sua razão para se conformar é a identificação. Finalmente, as pessoas podem se conformar com o limite de velocidade, estando o pai ou a polícia por perto ou não, porque estão convencidas de que as leis de velocidade são boas, que obedecer a essas leis ajuda a prevenir acidentes e que dirigir em velocidade moderada é uma medida sensata e forma razoável de comportamento. Sua razão para se conformar é a internalização.

Obediência como forma de conformidade

Atos de conformidade são quase sempre efêmeros. Isso não significa que sejam triviais. As pessoas podem cometer um ato apenas uma ou duas vezes, mas pode ter consequências de longo alcance, como Stanley Milgram demonstrou em uma série clássica de estudos de obediência.[74] Seus estudos, feitos pela primeira vez no início dos anos 1960, tornaram-se mundialmente famosos, com livros escritos e filmes feitos sobre eles, porque sua mensagem não era inteiramente o que as pessoas queriam ouvir.

Imagine a cena em seu experimento inicial: quarenta homens se voluntariam para um projeto anunciado como um estudo de aprendizagem e memória. Mas esta é apenas a história de capa; na verdade, é um estudo de até que ponto as pessoas obedecem à autoridade. Quando o voluntário aparece no laboratório para sua consulta, ele faz par com outro homem, e um experimentador um tanto severo com um casaco de técnico explica que eles estarão testando os efeitos da punição no aprendizado. O exercício requer que uma pessoa, o “aluno”, memorize uma lista de pares de palavras na qual a outra pessoa, o “professor”, o testará. Os dois homens desenham tiras para determinar seus papéis; o participante real desenha o papel deprofessor. Ele é levado a um “gerador de choque”, que tem um painel de instrumentos com uma fileira de 30 interruptores, calibrado a partir de um ponto baixo de 15 volts (rotulado como “leve choque”) e estendendo-se por níveis de choques moderados e altos (rotulado “ Perigo - choque severo ”) a uma alta de 450 volts (rotulado, ameaçadoramente, XXX). Ao acionar os interruptores sucessivos, o professor dará um choque cada vez mais intenso cada vez que o aluno não responder corretamente. Em seguida, o professor segue o experimentador e o aluno para a próxima sala, onde o aluno é amarrado a um aparelho de cadeira elétrica e ligado por eletrodos ao gerador de choque. Em resposta à pergunta do aluno sobre seu leve problema cardíaco, o experimentador o tranquiliza: “Embora os choques possam ser extremamente dolorosos, eles não causam danos permanentes aos tecidos”.

Na verdade, o aluno sabe que não precisa se preocupar. Ele é cúmplice do experimentador, e o desenho para atribuir papéis foi montado para que ele desempenhe o papel de aprendiz e o participante real seja o professor. O aluno nunca recebe nenhum choque elétrico, mas o professor não tem razão para duvidar de que o homem na sala ao lado está conectado ao gerador de choque que ele opera. Ele mesmo já experimentou um choque de amostra (de uma bateria de 45 volts dentro da máquina), ouve o aluno reagir como se realmente estivesse se machucando e está convencido de que os choques são extremamente dolorosos.

Quando o exercício começa, o aluno responde corretamente várias vezes, mas comete erros em algumas tentativas. A cada erro, o professor aciona o botão seguinte, supostamente administrando um choque de intensidade crescente. Com o quinto choque, a 75 volts, a vítima começa a grunhir e gemer. A 150 volts, ele pede para ser liberado do experimento. A 180 volts, ele grita que não pode suportar a dor. Conforme os níveis de choque se aproximam do ponto identificado como “Perigo - Choque Severo”, o professor ouve o aluno bater na parede e implorar para ser liberado. Mas isso, é claro, não constitui uma resposta correta, então o experimentador instrui o professor a aumentar a voltagem e aplicar o próximo choque acionando o próximo interruptor. A 300 volts, o aluno para de responder completamente.

Os participantes deste experimento foram uma amostra aleatória de empresários, profissionais, trabalhadores de colarinho branco e operários em Connecticut. Qual porcentagem deles continuou a administrar choques em “XXX” no final do experimento? Por quanto tempo você teria continuado? Antes do início do experimento, Milgram fez essas perguntas a 40 psiquiatras em um importanteEscola de medicina. Os psiquiatras previram que a maioria dos participantes pararia com 150 volts, quando a vítima pedisse para ser libertada. Eles também previram que apenas cerca de 4 por cento continuaria a dar choque na vítima depois que ela parasse de responder, e que menos de 1 em 100 administraria o choque mais alto no gerador.

Os psiquiatras estavam completamente errados. A grande maioria dos participantes - cerca de 67 por cento - continuou a administrar choques ao nível máximo, embora alguns deles exigissem o estímulo do experimentador (que havia sido instruído a dizer apenas “O experimento requer que você continue”). Os indivíduos obedientes não continuaram a administrar choques porque eram sádicos ou cruéis. De fato, quando Milgram e Alan Elms posteriormente compararam as pontuações das pessoas em uma série de testes padronizados de personalidade, eles não descobriram nenhuma diferença entre aqueles que eram totalmente obedientes e aqueles que resistiam com sucesso à pressão de obedecer.[75] Tampouco as pessoas obedientes eram insensíveis à aparente situação difícil do aluno. Alguns protestaram; muitos suaram, tremeram, gaguejaram e mostraram outros sinais de tensão. Alguns explodiram em gargalhadas nervosas. Mas eles continuaram a obedecer até o fim.

Esse comportamento não se limita aos homens americanos que vivem em Connecticut. Sempre que o procedimento de Milgram foi tentado, ele produziu um grau significativo de obediência. Várias réplicas do experimento[76] demonstraram que as pessoas na Austrália, Jordânia, Espanha, Alemanha e Holanda reagem da mesma maneira que os homens no experimento original de Milgram, e as mulheres são tão obedientes quanto os homens.[77] Uma replicação do procedimento básico de Milgram conduzido em 2007 por Jerry Burger mostra que altos níveis de obediência no experimento de Milgram não são artefatos de uma era passada; os americanos modernos são tão suscetíveis a chocar uma vítima inocente quanto seus colegas na época de Milgram - quase 60 anos atrás.[78]

Implicações - e limitações - no mundo real da experiência de Milgram A mensagem controversa e indesejável de Milgram era que uma proporção surpreendentemente grande de pessoas causaria dor a outras pessoas quando uma figura de autoridade ordenasse que obedecessem. É difícil ler sobre esses estudos sem aplicá-los ao mundo fora do

laboratório experimental, por exemplo, percebendo alguma semelhança entre o comportamento dos professores no experimento de Milgram e a obediência cega dos oficiais nazistas que obedeciamordens para exterminar milhões de pessoas inocentes que não eram "arianos puros". Em seu julgamento por crimes contra a humanidade, realizado quando Milgram estava fazendo seus estudos, Adolf Eichmann justificou suas ações alegando que era um bom burocrata, meramente obedecendo a ordens de seus superiores no regime nazista.

Durante a guerra do Iraque, os soldados americanos que guardavam os prisioneiros de guerra iraquianos os submeteram a tortura e humilhação na famosa prisão de Abu Ghraib.[79] Embora os líderes militares rapidamente atribuíram a culpa por esse comportamento a algumas “maçãs podres” - e os levaram à corte marcial - os fatos sugerem que Abu Ghraib foi outro exemplo de obediência à autoridade. Os soldados que torturaram seus prisioneiros alegaram que estavam apenas cumprindo ordens. Os participantes obedientes de Milgram também tinham muitas justificativas para seu comportamento: Não era culpa *deles* , eles ficavam dizendo; eles estavam apenas fazendo seu trabalho. Um homem, quando questionado após a sessão, respondeu: “Eu parei, mas ele [o experimentador] continuou.”

Por mais provocativas que sejam essas comparações, devemos ser cautelosos para não interpretar demais os resultados de Milgram. Dado que 67% dos participantes obedeceram ao comando do experimentador, alguns comentaristas sugeriram que talvez a maioria das pessoas se comportasse como Adolf Eichmann se estivessem em uma situação semelhante. Isso pode ser verdade, mas também devemos notar alguns pontos importantes de diferença. Como cada homem no estudo de Milgram consentiu livremente em participar, ele tinha todos os motivos para presumir que o aluno também havia se voluntariado. Conseqüentemente, é provável que ele sentisse que ambos eram obrigados a evitar a interrupção do experimento. Além disso, cada participante enfrentou as demandas do experimentador sozinho. Assim como a conformidade caiu no experimento Asch com a presença de um dissidente, a proporção de pessoas totalmente obedientes em uma variação do paradigma de Milgram caiu para apenas 10 por cento quando se juntaram a dois professores que desafiaram as ordens do experimentador para continuar.

Além disso, na maioria dos estudos de Milgram, a figura de autoridade que emitia as ordens era um cientista em um prestigioso laboratório da Universidade de Yale, e sua história de capa credita o experimento como uma investigação de uma importante questão científica. Os participantes naturalmente presumiram que o experimentador (vestindo um jaleco branco, nada menos) em uma instituição altamente respeitada como Yale seria um profissional responsável e benevolente. Certamente ele não emitiria ordens que resultariam na morte ou ferimento de um ser humano comouma parte de seu experimento. De fato, quando Milgram transferiu o estudo da Universidade de Yale para um conjunto de escritórios na área industrial de Bridgeport, a alguns quilômetros de distância, a obediência total caiu para 48%. Remover o prestígio da Universidade de Yale reduziu consideravelmente o grau de obediência.

Claro, 48 por cento ainda é um número alto. Ainda menos pessoas teriam obedecido se a pessoa que conduziu o experimento não fosse um cientista ou outra figura de autoridade legítima? Milgram abordou essa questão em outra versão do estudo, em que o cientista-

experimentador foi substituído no último minuto por um substituto não autoritativo. Desta vez, apenas 20% deram o conjunto completo de choques, demonstrando que, para a maioria das pessoas, apenas a autoridade legítima pode exigir alta obediência, não apenas qualquer pessoa que assuma o papel de autoridade.

Finalmente, a proximidade física da figura de autoridade também desempenha um papel na obediência das pessoas. Milgram descobriu que quando o experimentador estava fora da sala e deu suas ordens por telefone, o número de participantes *totalmente* obedientes caiu para menos de 25 por cento. Além disso, liberados do exame minucioso do experimentador, várias das pessoas que continuaram a administrar choques *trapacearam* ; eles administravam choques de intensidade menor do que a ordenada - e nunca se preocuparam em dizer ao experimentador que haviam se desviado do procedimento adequado. Considero essa descoberta como uma tentativa tocante de responder às demandas da autoridade legítima e, ao mesmo tempo, minimizar a dor que infligem aos outros. Isso me lembra Dunbar, um personagem do clássico romance de Joseph Heller sobre a Segunda Guerra Mundial, *Catch 22.* Dunbar recebe ordens de bombardear vilas na Itália. Não querendo se rebelar abertamente ou prejudicar civis inocentes, ele joga suas bombas sobre campos vazios perto das aldeias italianas designadas como seus alvos.

A sensibilidade de Dunbar para com as vítimas potenciais de suas bombas é especialmente pungente, dada a distância e o anonimato proporcionados por sua posição no alto do céu, acima dos aldeões; os operadores de drones na guerra de hoje estão ainda mais distantes de suas vítimas. Testemunhar vividamente o sofrimento alheio torna mais difícil continuar a infligir dor a eles. Na verdade, Milgram descobriu em estudos subsequentes que quanto mais distantes os professores estavam do aluno, mais dispostos eles estavam a obedecer aos comandos da autoridade. Quando os professores realmente viram o aluno, apenas 40 por cento continuaram a dar choques dolorosos, em comparação com 67 por cento que apenasouviu os gritos de agonia do aluno. Da mesma forma, quando os professores foram obrigados a forçar fisicamente a mão do aluno para baixo na placa de choque - em vez de usar o gerador de choque remoto - a taxa de obediência caiu para 30 por cento. Ainda assim, a proximidade não pode explicar todos os resultados. Afinal, 30% dos participantes de Milgram continuaram a aplicar choques em suas vítimas, mesmo quando isso exigia contato físico.[80]

Em um conjunto de experimentos realizados na Holanda, Wim Meeus e Quinten Raaijmakers[81] explorou a questão da obediência e distância de uma maneira ligeiramente diferente. Além de replicar com sucesso o procedimento Milgram original, eles tentaram uma nova abordagem. Eles pediam às pessoas que obedecessem fazendo uma série de comentários cada vez mais negativos sobre o desempenho de um candidato em um teste que determinaria se ele ou ela seria contratado para um emprego. Os participantes estavam convencidos de que estavam prejudicando a pessoa, mas o dano não se manifestaria até um momento futuro, quando eles não estariam presentes para testemunhar as consequências de sua obediência. A obediência nessas situações era muito maior do que na replicação direta do experimento Milgram; nesta versão, mais de 90 por cento dos participantes continuaram a obedecer até o final da série.

Embora os estudos de Milgram, como as atrocidades que ocorreram durante o Holocausto, Vietnã e Iraque, e continuem hoje nas inúmeras outras guerras que assolam nosso planeta, certamente ressaltam a falibilidade da natureza humana diante das pressões para se conformar, o extremo e a natureza exótica desses estudos pode nos levar a pensar que a obediência destrutiva está além do reino da vida cotidiana. Afinal, quando foi a última vez que alguém lhe pediu para dar um choque mortal em um gentil estranho com um problema cardíaco ou esconder uma família de judeus em seu porão? Mas se olharmos ao redor, podemos ver que muitos de nós, quer reconheçamos isso ou não, estamos em posições em que obedecer aos desejos de um grupo ou de pessoas com autoridade terá sérias consequências para os outros.

Para citar apenas um exemplo, nas últimas duas décadas as escolas públicas americanas têm sofrido uma pressão crescente para melhorar o desempenho acadêmico dos alunos. A legislação denominada “Nenhuma Criança Deixada para Trás” (agora chamada de “Todos os Alunos com Sucesso”) determinou que todas as escolas progredissem todos os anos, para ser medido por testes padronizados. Se você frequentou uma escola pública nos últimos 15 anos, provavelmente estava ciente, até certo ponto, da pressão que sua escola estava sofrendo;a lei determinava que, a menos que uma escola demonstrasse melhora nas pontuações dos alunos nos testes, seria envergonhada ou punida. Diante dessa situação, muitos professores e administradores procuraram elevar a pontuação de seus alunos de uma forma ou de outra para agradar às autoridades. Em alguns casos, eles fizeram isso eliminando o recreio e aumentando o tempo das aulas ou restringindo o currículo e tornando as aulas mais sobre preparação para o teste do que sobre a alegria de aprender ou descobrir. Alguns professores até trapacearam, corrigindo respostas erradas nos testes dos alunos.

Julian Vasquez-Heilig e Linda Darling-Hammond[82] descobriram que muitos educadores foram além dessas medidas para obedecer às pressões de cima, às vezes de formas devastadoras para as crianças. Algumas escolas inventariam justificativas para suspender alunos negros e latinos com baixo desempenho dias antes do teste, de modo que suas notas baixas não figurassem na média escolar; outros expulsariam esses alunos ou “os encorajariam” a desistir. Em uma manobra particularmente diabólica, algumas escolas promoveram alunos da nona série com baixa pontuação para a décima primeira série (evitando assim convenientemente o teste da décima série). Desesperadamente acima de suas cabeças, os alunos invariavelmente tropeçavam e então desistiam da décima primeira série. Que zombaria foram esses exemplos de "Nenhuma criança deixada para trás" e "Todos os alunos são bem-sucedidos".

Essas estratégias podem parecer menos cruéis do que administrar choques elétricos, mas quando consideramos que 30 por cento dos homens negros que abandonaram o ensino médio acabarão na prisão e potencialmente marcados como fracassados para o resto da vida, podemos avaliar a relevância das descobertas de Milgram para nossa instituição mais onipresente . Na verdade, um dos participantes totalmente complacentes de Jerry Burger deu esta resposta arrepiante quando questionada se ficou surpresa por ter seguido as ordens de Burger até o fim, entregando o nível máximo de choque para o aluno: “Acho que não estou completamente surpreso”, ela disse. “Afinal, sou um professor.”

Uma nota sobre a ética dos experimentos de Milgram O experimento de Milgram gerou um debate considerável na época e continua até hoje. É certamente verdade que, em sua busca por conhecimento, psicólogos sociais experimentais ocasionalmente submetem as pessoas a algumas experiências bastante intensas. Esses procedimentos levantam problemas éticos, que discutirei mais detalhadamente no Capítulo 9 . Aqui, quero destacar dois pontos: Primeiro, é responsabilidade de todos os experimentadores proteger seus participantes de danos.O experimentador deve tomar medidas para garantir que os participantes saiam da situação experimental com um estado de espírito pelo menos tão sólido quanto quando entraram na situação experimental. Isso freqüentemente requer procedimentos de **debriefing** pós-experimental que às vezes requerem mais tempo e esforço do que o corpo principal do experimento. A grande maioria dos participantes de Milgram, especialmente aqueles que foram até o fim, sentiram que aprenderam algo profundamente importante sobre si mesmos.

interrogatório:

o procedimento pelo qual o objetivo do estudo e exatamente o que aconteceu é explicado aos participantes no final de um experimento

Mas talvez a grande mensagem dos experimentos de Milgram resida precisamente no desconforto que gera e nas reações das pessoas que pensam: “Eu nunca faria isso”. Todos os anos, em nossas aulas de psicologia social, antes de discutir as descobertas de Milgram, Joshua e eu perguntamos aos alunos até onde eles achavam que iriam. Todos os anos, cerca de 99% dos 250 a 300 alunos dizem que *não* continuarão a administrar choques depois que o aluno começar a bater na parede. Eles estão sempre confiante de que *eles* seria desafiar as instruções do experimentador. Mas certa vez, muitos anos atrás, em uma classe de 300 alunos, pedi o usual levantar de mãos daqueles que achavam que poderiam obedecer plenamente. Uma mão se levantou lentamente. Pertencia a um veterano do Vietnã que obedeceu a uma ordem que, em retrospecto, ele sabia que seria considerada um crime de guerra. Ele entendeu que era capaz de fazer o que os participantes de Milgram haviam feito.

Isso me leva ao segundo ponto, que é que os psicólogos sociais são obrigados a usar suas habilidades de pesquisa para avançar nosso conhecimento e compreensão do comportamento humano para o objetivo final do aperfeiçoamento humano. Eles enfrentam um dilema quando sua responsabilidade ética geral para com a sociedade entra em conflito com sua responsabilidade ética mais específica para com cada participante experimental individual. Esse conflito é maior quando eles estão investigando questões como conformidade, obediência e ajuda, porque quanto mais importante for a questão, mais provável é que um participante se sinta desconfortável, ansioso ou chateado - mas em troca, maior será o potencial benefício para o autoconhecimento do indivíduo e para a sociedade.

Contando Conformidade

Na maioria das vezes, a tendência humana de se conformar às normas sociais e aos nossos grupos de referência mantém as sociedades funcionando. E obviamente é adaptativo, na maioria das vezes, para as pessoas obedecerem às leis,regulamentos e requisitos de seus empregos e governos. Mas enquanto os psicólogos sociais estudam

essas atividades necessárias do “animal social”, eles também querem entender as condições sob as quais as pessoas resistem ao conformismo e à obediência, às vezes com risco de vida.

Afinal, se todos simplesmente se conformassem com a opinião das maiorias, e se todos obedecessem a leis ou ordens injustas e discriminatórias para cometer atos ilícitos, haveria pouco progresso na sociedade. Rosa Parks recusou-se a sentar-se na parte de trás do ônibus. Joseph Darby denunciou seus colegas soldados em Abu Ghraib que estavam cometendo atos de tortura. Mark Felt, o funcionário do governo que ficou conhecido como “Garganta Profunda”, disse a repórteres sobre o encobrimento do crime na Casa Branca de Nixon. E o fato de que a maioria dos americanos agora apóia ideias antes impopulares, como o casamento gay e inter-racial, mostra que as posições minoritárias podem prevalecer sob certas condições. O que eles são?[83]

- Se as pessoas que defendem uma opinião minoritária expressam sua posição de forma consistente, com confiança, convicção e persistência obstinada
- Se a minoria costumava concordar com a posição da maioria, mas mudou de ideia
- Se a minoria estiver disposta a se comprometer, mesmo que seja um pouco
- Se os membros do grupo que são a maioria estão motivados a tomar uma decisão *precisa* , em vez de rápida

Sob tais condições, a maioria pode ser levada a pensar mais profundamente sobre a questão e considerar seus méritos, em vez de ir em frente sem pensar, conformando-se às normas e crenças da multidão. Mas esses fatores raramente são suficientes se estivermos por conta própria; precisamos de aliados para mover outros. Afinal, sem um aliado é difícil resistir ao tipo de pressão social (como a ameaça de rejeição e punição) que influencia a maioria de nós. Ser o único representante de um grupo ou de uma opinião é difícil, mesmo para especialistas conceituados. Sandra Day O'Connor, a primeira juíza da Suprema Corte, suportou muitos anos como a única mulher no tribunal, uma experiência que ela descreveu como “asfixiante”. Quando Ruth Bader Ginsberg se juntou a ela na corte alguns anos depois, ela descreveu a mudança como "noite e dia".[84] Fortalecido pela presença de um único aliado reduz imensamente a pressão, aumenta a aceitação de nossas convicções e reduz a tendência dos outros de nos descartarem como excluídos. Quandodissidentes têm aliados suficientes, eles podem levar a maioria a ampliar seu pensamento e imaginar novas soluções para velhos problemas. Como a antropóloga Margaret Mead disse uma vez: “Nunca duvide de que um pequeno grupo de cidadãos pensativos, comprometidos e organizados pode mudar o mundo; na verdade, é a única coisa que sempre aconteceu. ”

5 **Comunicação de massa, propaganda e persuasão**

Saul Steinberg, *desenho sem título* , tinta sobre papel.

Publicado em Steinberg, *The Labyrinth* , 1960.

Desenhos de um brasão, coroa, bandeiras e diferentes formas são mostrados emergindo da boca do homem.

Todos os dias você é submetido a centenas de pessoas tentando lhe vender um produto, uma viagem ou uma ideia; persuadi-lo de que eles estão certos; convencê-lo a votar do

jeito deles; deixar você com raiva de alguma injustiça; fazer você temer algum perigo externo; ou seduzir ou encantar você para fazer o que eles querem. E todos os dias você está sujeito a milhares de anúncios dos quais não pode escapar, assim como não consegue escapar da respiração. Anúncios interrompem o que você está lendo online; aparecer nas margens de sites; estão em todas as compras; precedem a maior parte da televisão; e estão em todas as bombas de gasolina, caixas eletrônicos e bancadas de ônibus.

De todas as mudanças rápidas na vida moderna, nada se compara à rápida evolução da tecnologia e a maneira como a usamos para nos entreter, comunicar e influenciar os outros - e a maneira como os outros nos influenciam através do que chega até nós através de nossas televisões, computadores, telas de smartphones e outras mídias. Este capítulo, portanto, começará com uma análise do panorama atual da comunicação de massa e seus efeitos sobre os consumidores. Em seguida, vou me concentrar na **persuasão** , que ocorre quando a comunicação de uma pessoa muda as opiniões, atitudes ou comportamento de outra pessoa.

persuasão:

uma comunicação de uma pessoa que muda as opiniões, atitudes ou comportamento de outra pessoa

É fácil persuadir uma pessoa? A resposta depende em parte de estarmos lidando com opiniões ou atitudes. Uma **opinião** é o que uma pessoa acredita ser verdade: é minha opinião que comer vegetais é bom para mim, que usar cinto de segurança reduz as fatalidades no trânsito e que é importante tomar vitaminas todos os dias. Essas opiniões sãoprincipalmente cognitivo; isto é, eles ocorrem na cabeça e não no intestino. Eles também são transitórios; eles podem ser alterados por boas evidências em contrário. Assim, se eu for apresentado a uma excelente revisão da pesquisa que mostra que os suplementos multivitamínicos são inúteis na melhor das hipóteses e prejudiciais na pior (como é o caso, a propósito[1]), é provável que mude minha opinião sobre esse assunto.

opinião:

aquilo que uma pessoa acredita ser factualmente verdadeiro

Mas suponha que uma pessoa acredite que uma dieta vegetariana não é saudável e natural, ou que a exigência de usar cinto de segurança é uma violação ilegítima da liberdade de um motorista, ou que as vitaminas salvaram a vida de um amigo? Essas “opiniões” não são mais puramente cognitivas. É quase certo que há fortes sentimentos embutidos neles, junto com uma avaliação para saber se o assunto é bom ou ruim. Uma opinião que inclui um componente emocional e um avaliativo é chamada de **atitude** . Comparadas com as opiniões, as atitudes são extremamente difíceis de mudar - como veremos quando discutirmos as atitudes complexas chamadas preconceitos. Ao ler a discussão sobre táticas de influência neste capítulo, você pode querer manter essa diferença entre opiniões e atitudes em mente. O que é uma opinião facilmente mutável para uma pessoa pode ser uma atitude profundamente arraigada para outra.

atitude:

um tipo especial de crença que inclui componentes emocionais e avaliativos - em certo sentido, uma boa ou má avaliação armazenada de um objeto

Já vimos como as pessoas são suscetíveis à influência social, mas aqui explorarei como essa suscetibilidade depende dos tipos específicos de táticas destinadas a nós, identificando os gatilhos psicológicos sociais que nos tornam mais propensos a dizer sim. Às vezes, porém, também podemos ser irritantemente resistentes à persuasão, como quando tentamos usar fatos para mudar a opinião de uma criança sobre a hora de dormir ou mudar a opinião de um amigo sobre política. Como somos persuadidos? Por que às vezes cedemos à persuasão e às vezes não?

Efeitos do cenário da mídia moderna

É incompreensível refletir sobre as mudanças que a tecnologia traz a quase tudo o que fazemos - até mesmo a maneira como andamos. Há apenas 10 anos, nós nos movemos pelo mundo como os humanos o fizeram por milênios: eretos, olhos examinando o ambiente em busca de perigos ou oportunidades em potencial, ou apenas para apreciar a vista. Então, em 2007, o iPhone apareceu e as pessoas em todos os lugares de repente começaram a andar enquanto olhavam para as telas de seus smartphones, fazendo qualquer coisa, desde assistir desenhos animados até conduzir reuniões de negócios. Fico maravilhado com a inconcebibilidade disso, o fato de que esses computadores cabem em nossos bolsos, mas têm mais poder de computação e funcionalidade do que os gigantes do tamanho de uma sala que a NASA utilizou para enviar astronautas à lua.

Usamos nossos telefones para tudo: receber atualizações de notícias; escrevendo; consultar nossos calendários; obter direções; fazendo pesquisas; fazer reservas para restaurantes, viagens aéreas e quartos de hotel; Shopping; ou selecionando a partir de um número infinito de opções de entretenimento no Spotify, Netflix ou YouTube - imediatamente. Essa versatilidade explica apenas em parte por que a maioria das pessoas que possuem um smartphone passa mais de 25% das horas de vigília com os olhos grudados na tela. Na maior parte do tempo, eles estão interagindo com outras pessoas,[2] avaliando centenas de parceiros românticos em potencial por dia ou lendo os pensamentos mais recentes de praticamente qualquer pessoa - nossos amigos, professores, músicos favoritos, até mesmo o presidente dos Estados Unidos - e respondendo a eles. Podemos comentar e compartilhar qualquer vídeo, foto ou música em nossa rede social. Em sites que permitem comentários, podemos nos divertir conversando, discutindo, consolando e celebrando nossos amigos. Podemos assediar, trollar ou julgar completos estranhos 24 horas por dia.

Como esses avanços remodelaram fundamentalmente a forma como conduzimos os negócios de nossas vidas, muitas pessoas estão preocupadas com a forma como nossa imersão na mídia afeta nossas interações sociais e bem-estar. A tecnologia melhorou as relações sociais em alguns casos e piorou-as em outros. Por exemplo, até recentemente, se você fosse um homem afro-americano, chamar um táxi costumava ser uma experiência desmoralizante; temendo problemas, os motoristas de táxi muitas vezes não paravam para homens de pele escura. Então chegou o Uber, um aplicativo que permite que qualquer pessoa com cartão de crédito e smartphone tenha um motorista para buscá-los em qualquer lugar, a qualquer hora. Para todos os benefícios que um aplicativo pode

oferecer, no entanto, a tecnologia do telefone celular permitiu algumas tendências humanas infelizes, como cyberbullying, sexting e stalking.[3]

Distração Milhões de pessoas estão literalmente viciadas em seus smartphones, que, como qualquer droga, criam uma fome sem fim por estímulo. Os smartphones se comportam como caça-níqueis, distribuindo recompensas intermitentes na forma de alertas, notícias, tuítes e mensagens de texto, todos os quais mantêm as pessoas verificando continuamente o próximo sucesso de conexão social.[4] Steve Jobs, que nos deu o iPhone e o iPad, recusou-se a dar esses dispositivos para seus próprios filhos porque entendia sua natureza viciante. Um observador apontou: “Parecia que as pessoas que fabricam produtos de tecnologia estavam seguindo a regra fundamental do tráfico de drogas: nunca fique bêbado com seu próprio estoque”.[5] Como resultado do foco constante, às vezes obsessivo, em nossos telefones,estamos distraídos de nosso ambiente, das pessoas ao nosso redor e das tarefas que estamos tentando realizar. O vício em telefones celulares é maior em adolescentes e está associado tanto à depressão quanto ao baixo desempenho escolar.[6] Se isso não bastasse, o vício do smartphone também prejudica espectadores inocentes: mais de 30% dos adultos e 40% dos adolescentes admitem enviar mensagens de texto enquanto dirigem, o que comprovadamente prejudica a direção e aumenta o risco de acidentes mortais.[7]

Mesmo quando não estamos usando ativamente nossos telefones, nossa confiança neles significa que sua mera presença freqüentemente afeta nossa atenção. Em um experimento liderado por Bill Thornton,[Oito] estudantes universitários fizeram um teste composto por uma série de tarefas cognitivas difíceis ou fáceis. Metade desses participantes do teste foram solicitados a guardar seus telefones durante o teste; os outros foram solicitados a manter seus telefones por perto sobre a mesa para responder a uma próxima pesquisa sobre seus recursos. Embora ninguém tenha tido problemas com os problemas fáceis, os alunos que fizeram o teste com um telefone à vista tiveram um desempenho cerca de 20% pior nos problemas difíceis do que os alunos que guardaram seus telefones fora de vista.

Um experimento semelhante mostrou como essa distração também pode prejudicar nossas interações face a face.[9] Pares de estranhos foram apresentados um ao outro e se conheceram revezando-se para falar sobre eventos recentes interessantes e significativos em suas vidas. Em uma condição, o experimentador deixou seu telefone celular na mesa perto deles; na outra condição, o experimentador deixou seu caderno no mesmo local. Após a conversa, os participantes avaliaram sua interação e seu parceiro. Como no estudo anterior, o telefone celular atrapalhava; quando ele estava presente na sala, as pessoas viam seus parceiros como sendo menos compreensivos e confiáveis e achavam menos provável que passar mais tempo juntos pudesse levar a uma amizade. Outros estudos semelhantes descobriram que a presença de um telefone celular durante as interações sociais reduz o contato visual, o envolvimento, a preocupação empática com o parceiro e o prazer na conversa.[10]

Déficits de habilidades sociais

O americano médio passa cerca de 10 horas por dia olhando para uma tela: cinco horas assistindo televisão e cerca de cinco em seu smartphone.[11] Isso significa que a criança

americana média passa mais tempo imersa na mídia eletrônica do que com os pais ou na escola. Você provavelmente já ouviu seus pais e professores dizerem algo como,“Na minha época, conversávamos, contávamos histórias, inventávamos jogos e corríamos lá fora. Hoje, uma festa de aniversário é apenas um bando de crianças na mesma sala, sentadas comendo bolo e olhando para seus telefones. Eu me preocupo com o que isso afeta suas habilidades sociais. ”

Suas preocupações são justificadas? Aparentemente sim. Yalda Uhls e seus colegas[12] mediram as habilidades sociais de crianças em idade escolar, examinando alunos semelhantes da mesma escola, que em média gastavam cerca de 4,5 horas por dia consumindo mídia em seus telefones. Primeiro, todos os alunos foram testados em suas habilidades sociais; especificamente, foram mostradas a eles fotos de rostos expressando diferentes emoções (medo, raiva, tristeza, felicidade) e foram solicitados a identificar a emoção que a pessoa estava sentindo em cada foto. Em seguida, metade dos alunos foi enviada para um acampamento de verão de cinco dias que não permitia telefones celulares ou outros dispositivos. O resto ficou em casa com seus eletrônicos. Após os cinco dias, todas as crianças foram testadas novamente, revelando uma melhora significativa na inteligência social entre as crianças que ficaram sem telefone por cinco dias. Embora a eletrônica - incluindo videogames - possa ser uma ferramenta poderosa para a aprendizagem,[13] parece que nada supera as boas e velhas interações face a face para aprender a ler e como interagir com outras pessoas. Além de nos privar de oportunidades de desenvolver habilidades sociais, a forte imersão em sites de redes sociais pode encorajar as pessoas a se tornarem mais egocêntricas e narcisistas, e a acreditar que fama, riqueza e popularidade são mais importantes do que amizade, generosidade e comunidade.[14]

Essa não é toda a história, é claro. Claramente, existem prós e contras em nossa imersão no mundo digital. É instrutivo lembrar que quase todas as novas formas de mídia foram recebidas com apreensão sobre seus efeitos no coração e na mente dos jovens. Sócrates lamentou a invenção dos livros, que, segundo ele, promoveria o "esquecimento". Quando os quadrinhos foram lançados na década de 1930, os pais foram avisados de que os quadrinhos transformariam seus filhos em delinquentes juvenis (ao contrário dos livros, que eram considerados bons para as mentes dos jovens). Rádio, televisão, computadores, mensagens de texto, Google e PowerPoint - todos foram acusados de nos tornar preguiçosos, menos inteligentes, encurtando nossa capacidade de atenção e arruinando nossas vidas sociais.[15] No entanto, nossas habilidades cognitivas realmente cresceram ao longo das décadas em que a televisão, os quadrinhos e outras tecnologias floresceram e a taxa de criminalidade entre adolescentes diminuiu.[16 As] tecnologias continuarão a proliferar e mudar a maneira como vivemos, e a melhor resposta não é lamentar esse fato, mas aprender a usar nossos dispositivos de forma inteligente emoderação. Estudos identificaram os benefícios psicológicos e emocionais de desligar o e-mail e o Twitter quando as pessoas estudam ou trabalham, de ter conversas cara a cara sem o telefone na mesa e de fazer caminhadas na natureza, olhando para o céu e as árvores .[17]

Além de como *muito* que usamos meios de comunicação, *como* podemos usá-lo faz a diferença, também. Um fator determinante para saber se a imersão nas mídias sociais

nos eleva ou nos deprime é o quão ativamente participamos. Você olha passivamente para os perfis de outras pessoas, percorrendo sem se comunicar? Ou você comenta, gosta e posta suas próprias notícias e fotos? É o uso mais passivo - à *espreita* - que provavelmente nos deixa com uma sensação de desânimo, de exclusão e infelicidade por nossas vidas parecerem muito menos emocionantes do que a vida de nossos amigos. Para aproveitar a mídia social de maneira ideal, precisamos responder aos outros; assim como na vida real, precisamos participar. Ao participar ativamente quando estamos online e ao sermos atentos e proativos sobre o potencial viciante de nossos gadgets, podemos colher benefícios e alegrias consideráveis sem nos atrapalhar ou nos distrair de experiências offline valiosas.[18]

Persuasão

Vivemos não apenas em uma era de comunicação de massa, mas também em uma época caracterizada por tentativas de *persuasão* em massa . Para onde quer que olhemos, alguém está tentando nos educar; nos convencer a comprar um produto ou doar para uma causa; ou nos persuadir a votar em um candidato ou a subscrever alguma versão do que é certo, verdadeiro ou belo. Esse objetivo é mais óbvio na publicidade. Os fabricantes de produtos quase idênticos (aspirina, pasta de dente ou detergente, por exemplo) gastam grandes quantias de dinheiro para nos persuadir a comprar o produto em *sua* embalagem.

Mas a influência da mídia de massa não precisa ser tão flagrante quanto um anúncio. Vejamos algo que afirma ser objetivo: as notícias da rede. Os apresentadores estão *tentando* nos vender alguma coisa? Com algumas exceções, não, mas aqueles que produzem notícias de televisão exercem uma influência poderosa sobre nossas opiniões simplesmente determinando quais eventos recebem exposição e quanta exposição eles recebem. Que fatores determinam sua seleção? O principal é a necessidade de atrair espectadores. Notícias são uma forma de *entretenimento.* Quando os responsáveis pela programação de notícias decidem quais notícias cobrir - das milhares de histórias que ocorrem todos os dias em nível local, nacional e internacional - e depois quais apresentar ao público, eles tomam suas decisões, em grande parte , no entretenimentovalor do material. É muito mais atraente assistir a imagens de uma cidade inundada (carros arrastados, pessoas flutuando em árvores caídas) do que pessoas construindo um dique para evitar inundações; não é tão emocionante assistir a um projeto de construção. No entanto, a decisão de uma cidade de construir um dique pode ser uma notícia mais importante.

Assim como eventos de ação, como jogos de futebol, são mais divertidos na televisão do que eventos silenciosos, como partidas de xadrez, é mais provável que motins, bombardeios, terremotos, massacres e outros atos violentos tenham mais tempo no ar do que histórias sobre pessoas que trabalham para prevenir violência. Assim, os noticiários tendem a se concentrar no comportamento violento ou destrutivo de terroristas, assassinos, manifestantes, grevistas, policiais ou celebridades descontroladas, porque a ação torna a exibição mais emocionante do que a representação de pessoas se comportando de maneira pacífica e ordeira .[19] Além disso, as histórias mais violentas geralmente são relatadas no início da transmissão - especialmente em programas de

notícias locais - criando a mensagem de que as histórias violentas eram as notícias essenciais do dia. Como os repórteres colocaram: “Se sangra, leva”.

Essa cobertura obviamente apresenta uma imagem distorcida do mundo. Ao tentar nos entreter, a mídia noticiosa involuntariamente nos leva a acreditar que as pessoas se comportam de maneira muito mais violenta agora do que nunca. Como vimos ao discutir a heurística de disponibilidade no Capítulo 2 , as pessoas estimam a frequência dos eventos pela facilidade com que vêm à mente. Quando a mídia bombardeia os telespectadores com más notícias sobre crime e terrorismo, as pessoas superestimam a prevalência da violência e do desastre. Esse preconceito reflete e reforça nossa tendência evoluída de atender ao que é ameaçador - o fenômeno “o mal é mais forte do que o bem”. Não é de se admirar que 60% das pessoas pesquisadas em uma pesquisa do Gallup disseram acreditar que o crime e os assassinatos estão aumentando nos Estados Unidos, quando, na verdade, crimes de todos os tipos vêm diminuindo continuamente há 25 anos.[20] Essa falsa percepção pode fazer com que as pessoas fiquem infelizes, temerosas e deprimidas com relação ao estado da sociedade e pode, em última instância, afetar o modo como votam, suas atitudes em relação a outros grupos e outras nações e seu desejo de visitar os principais centros urbanos. (Como um residente em uma cidade rural de Idaho disse a um nova-iorquino em visita: “Por que eu iria para Nova York? Está cheio de gangues se matando.”)

Claro, alguns eventos violentos garantem ampla cobertura. Após o ataque terrorista de 11 de setembro de 2001, a maioria dos americanos ficou grudada em seus aparelhos de TV porque queria saber o que estava acontecendo e precisava ter certeza de que a situação estava sob controle. Eles assistiram ao colapso das centenas de Torres Gêmeasde vezes que os canais de notícias deram a esse evento cobertura 24 horas por dia. Como podemos ter certeza de que é isso que os cidadãos desejam ver? Nas duas semanas que se seguiram ao ataque, o número de pessoas que sintonizaram a CNN aumentou 667%. O *New York Times* vendeu 250 mil jornais a mais em 12 de setembro do que em 10 de setembro.[21]

É bom estar informado, e a mídia desempenha um papel crucial em nos manter informados. No entanto, também pode haver uma desvantagem nesse tipo de exposição. Quer sejam intencionais ou não, imagens vívidas repetidas desse tipo moldam atitudes e opiniões. As imagens constantes do colapso das Torres Gêmeas, bem como a repetição de slogans belicosos nos canais de notícias (“A Guerra ao Terror”, “America Under Attack!”, “America Fights Back!”), Contribuíram para o despertar de emoções intensas nos telespectadores e, portanto, reduziu a probabilidade de qualquer debate real sobre como a América deveria responder. Em vez disso, a proposta de declarar guerra ao Iraque (uma nação que nada teve a ver com a destruição das Torres Gêmeas) passou pelo Congresso quase sem um murmúrio de oposição, uma guerra que a maioria dos americanos mais tarde viria a ver como um erro terrível.[22]

Este é um livro de psicologia social, não um tratado político. O que estou sugerindo é que, em uma democracia, as decisões importantes - como ir para a guerra - se beneficiam do debate público racional. Emoções fortes, como as provocadas pela mídia, muitas vezes atrapalham a tomada de decisões racionais. Como Hermann Goering, um dos principais assessores de Adolf Hitler, disse antes de ser condenado à morte em Nuremberg: “As

pessoas sempre podem ser levadas a cumprir as ordens dos líderes ... tudo o que você precisa fazer é dizer a elas que estão sendo atacadas e denunciar o pacificadores por falta de patriotismo e por expor o país ao perigo. Funciona da mesma forma em qualquer país."[23]

Contágio da mídia A mídia também exerce seu poder por meio de um fenômeno conhecido como **contágio emocional** , que ocorre quando o comportamento emocional de uma pessoa desencadeia emoções e comportamentos semelhantes nos observadores. Quando você vai a uma drogaria para comprar comprimidos de qualquer tipo, o frasco contém uma tampa de segurança. Quer saber por quê? No outono de 1982, sete pessoas na área de Chicago morreram após tomar cápsulas de Tylenol Extra Fortes misturadas com cianeto. Este evento, trágico e bizarro, foi amplamente divulgado; mesmo naqueles dias anteriores à internet, a história era onipresente. Você não poderia ligar a TV ou rádio ou pegar um jornal sem aprendersobre os envenenamentos por Tylenol. Os efeitos dessa cobertura proeminente foram imediatos: intoxicações semelhantes foram relatadas em cidades de todo o país envolvendo a contaminação de enxaguatórios bucais, colírios, spray nasal, refrigerantes e até cachorros-quentes. Dramaticamente anunciadas como “envenenamentos por imitação”, essas histórias, por sua vez, receberam ampla atenção da mídia, criando uma espiral de ainda mais histórias. Muitas pessoas entraram em pânico, procurando ajuda médica para queimaduras e envenenamentos, pois não sofriam mais do que erupções na pele, garganta inflamada e dores de estômago. Os falsos alarmes superaram os casos verificados de adulteração de produtos em sete para um.[24] Como esses eventos ocorreram um pouco antes do Halloween, funcionários preocupados em várias comunidades proibiram as doçuras ou travessuras, temendo que muitos indivíduos pudessem imitar os assassinatos contaminando doces infantis.

Contágio emocional:

a rápida transmissão de emoções ou comportamentos através de uma multidão

Os envenenamentos iniciais em Chicago foram quase certamente obra de uma pessoa, que nunca foi identificada ou pega. Mas se firmou a crença de que a onda de envenenamento constituía “uma epidemia sem cura”, nas palavras de um serviço de notícias,[25] e era ela mesma o sintoma de uma sociedade “doente”, um país enlouquecendo. Muitos jornais se viram na posição irônica de primeiro sensacionalizar os incidentes de envenenamento e, em seguida, sensacionalizar os comentários críticos subsequentes de especialistas em mídia discutindo as consequências desastrosas de tal publicidade.

Alguns anos depois, quatro adolescentes em Nova Jersey fizeram um pacto de suicídio e executaram seu plano. Uma semana após esse suicídio múltiplo, dois adolescentes no meio-oeste foram encontrados mortos em circunstâncias semelhantes. Os relatos da mídia destacaram a confusão e a tristeza em torno do suicídio de adolescentes, com muitas reportagens sobre isso - e essa mesma cobertura fez com que alguns adolescentes vulneráveis e deprimidos considerassem o suicídio uma solução para sua própria infelicidade. Sociólogo David Phillips e seus colegas[26] acompanharam as flutuações nos suicídios de adolescentes comparando as taxas de suicídio antes das histórias com as taxas depois das histórias; quanto mais cobertura dedicada ao suicídio

pelas principais redes de televisão, maior será o aumento subsequente de suicídios entre adolescentes. Os suicídios têm uma probabilidade particular de aumentar quando uma celebridade comete suicídio, tanto porque seu exemplo gera mais publicidade quanto porque eles são agentes de influência mais potentes. Quando os indivíduos deprimidos descobrem que alguém famoso tirou sua vida - figuras queridas como Marilyn Monroe, Kurt Cobain ou Robin Williams - eles começam a pensar seriamente em fazer a mesma coisa, especialmente se sentiremum vínculo emocional ou conexão psicológica com a celebridade.[27] É por isso que os pesquisadores de prevenção do suicídio descobriram que quando as histórias da mídia evitam enfatizar ou exaltar o suicídio e não fazem com que pareça uma solução simples ou inevitável para pessoas em risco, o efeito de contágio é reduzido.[28]

Não estou sugerindo que a mídia não deva relatar eventos sensacionais como o envenenamento por Tylenol ou o suicídio de celebridades. E não estou sugerindo que a mídia esteja *tentando* promover a violência ou o suicídio. Em vez disso, estou sublinhando o fato óbvio de que sua ênfase seletiva coloca a mídia na posição não apenas de relatar eventos, mas de determinar os subsequentes. Quanto mais atenção da mídia um evento recebe, mais “contagioso” ele se torna e maior a probabilidade de que outras pessoas sejam inspiradas a fazer o mesmo.

Nos ciclos de notícias 24 horas por dia, 7 dias por semana, às vezes o papel da mídia ao relatar um evento torna-se mais interessante do que o próprio evento. (Nem sempre foi assim; houve um tempo na história americana em que as estações de notícias não apresentavam “notícias de última hora” a cada cinco segundos.) Hoje, quando um evento significativo acontece, os apresentadores não apenas relatam, mas relatam em todas as pessoas analisando e comentando sobre ele, e então seus comentários frequentemente se tornam interessantes. Em sua circularidade, esse fenômeno me lembra uma marca de sal de cozinha que era popular quando eu era criança. Na caixa de sal de cozinha havia uma foto de uma menina segurando uma caixa de sal de mesa, na qual havia a foto de uma menina segurando uma caixa de sal, na qual havia a foto de uma menina segurando um caixa de sal e assim por diante. Em canais de notícias a cabo 24 horas como CNN, MSNBC e FOX, a necessidade de preencher as horas de transmissão com notícias e análises tornou esse tipo de exercício redundante um lugar comum.

Eficácia dos recursos da mídia

E a persuasão intencional? Quão credíveis e eficazes são as tentativas óbvias de embalar e vender produtos (pasta de dentes, aspirina, candidatos presidenciais) através dos meios de comunicação de massa? Eles devem trabalhar; por que mais empresas e partidos políticos gastariam centenas de milhões de dólares por ano alardeando seus produtos?

A maioria de nós já viu crianças sendo seduzidas por comerciais de brinquedos que retratam artisticamente os brinquedos mais insípidos de uma forma irresistível. Uma criança assistindo ao Disney Channel, Nickelodeon ou Cartoon Network também é inundada por anúncios acelerados de cereais, junk food,e doces, que usam personagens conhecidos, ofertas promocionais e a promessa de diversão para persuadir as crianças a fazerem seus pais comprarem os produtos apresentados nos comerciais. Funciona.[29] Mais de 90 por cento das crianças em idade pré-escolar pediram brinquedos ou alimentos

que viram anunciados na televisão, de acordo com uma pesquisa com suas mães.[30] Dois terços das mães em outro estudo relataram ter ouvido seus filhos pequenos cantando jingles publicitários que aprenderam na televisão.[31] E os experimentos mostram que, quando crianças pequenas têm a opção de escolher entre barras de chocolate, elas são significativamente mais propensas a escolher aquela que viram durante um anúncio ou durante o próprio programa.[32]

A maioria das crianças entende depois de um tempo; meus próprios filhos acabaram desenvolvendo um ceticismo saudável sobre a veracidade desses comerciais. Na verdade, uma pesquisa[33] descobriram que, na sexta série, apenas 12% das crianças acreditavam que os comerciais de televisão diziam a verdade o tempo todo ou a maior parte do tempo; na décima série, apenas 4% achavam que os anúncios eram verdadeiros na maior parte do tempo. E quando se tornam adultos, a grande maioria dos telespectadores acredita que os anúncios contêm argumentos falsos. Quanto mais educados os espectadores são, mais céticos eles são, e esse ceticismo os leva a acreditar que são imunes à persuasão. Se apenas o fato de sabermos que um comunicador é tendencioso nos protegesse de sermos influenciados pela mensagem! Infelizmente, só porque *pensamos* que somos imunes à persuasão, não significa necessariamente que *somos* imunes. Na verdade, nosso senso de imunidade pode nos tornar mais suscetíveis à persuasão de todos os tipos.[34]

No caso de muitos produtos de consumo, o público tende a comprar uma marca específica apenas pelo fato de ela ser fortemente anunciada. O negócio de remédios para dor de cabeça é um excelente exemplo de nossa suscetibilidade aos anúncios na TV, mesmo quando sabemos que são tendenciosos. Uma marca bem conhecida de aspirina (digamos, “Marca A”) se anuncia como aspirina 100% pura; o comercial continua dizendo que os testes do governo mostraram que nenhum outro remédio para dor é mais forte ou mais eficaz do que a Marca A. O que o fabricante não se preocupou em mencionar é que o teste do governo mostrou que nenhuma marca era mais fraca ou menos eficaz do que qualquer um dos outros, porque todos eram aspirina pura. Em outras palavras, todas as marcas testadas eram iguais - exceto, ou seja, no preço. Pelo privilégio de estourar a Marca A, os consumidores pagam aproximadamente três vezes o preço de uma versão igualmente eficaz, mas não anunciada. Outro produto proclama que usa o ingrediente especial (sem nome) “recomendado pelos médicos”.Ao ler o rótulo, descobrimos o ingrediente misterioso que é a boa e velha aspirina barata.

Essas tentativas flagrantes de persuasão em massa parecem lamentavelmente óbvias. Mesmo assim, um grande número de consumidores deixa de lado seu ceticismo, embora “saibam” que a mensagem é uma tentativa óbvia de vender um produto. Por quê? Quando lidamos com produtos idênticos ou muito semelhantes, a mera familiaridade com a marca pode fazer uma grande diferença. Robert Zajonc[35] mostraram que, todas as outras coisas sendo iguais, quanto mais familiar um item é, mais atraente ele se torna, mesmo que o item seja apenas uma palavra sem sentido. Preferimos rostos que vimos 10 vezes a rostos igualmente atraentes que vimos apenas cinco vezes,[36] preferimos palavras que contenham as mesmas letras dos nossos nomes,[37] e preferimos fotos nossas que estão ao contrário (e, portanto, correspondem à visão familiar de nossos rostos que vemos no espelho todos os dias), enquanto nossos amigos preferem a imagem não

espelhada de nossos rostos (que *eles* estão acostumados a ver) .[38] A menos que haja algo inerentemente nocivo em um estímulo, quanto mais estamos expostos a ele, mais teremos a tendência de gostar dele.

Suponha que eu entre em um supermercado procurando sabão em pó. Vou para a seção de detergentes e fico pasmo com a grande variedade de marcas. Porque não importa muito para mim qual eu compro, eu procuro o mais familiar - e, provavelmente, é familiar porque eu ouvi e vi o nome anunciado repetidamente. Se for esse o caso, aumentos repentinos na exposição à televisão devem produzir grandes mudanças na familiaridade e, talvez, nas vendas. E eles fazem. Vários anos atrás, a Northwestern Mutual Life Insurance Company conduziu uma pesquisa nacional para descobrir o quão bem o público reconhecia seu nome. Ele ficou em trigésimo quarto lugar entre as seguradoras. Duas semanas depois, a empresa repetiu a pesquisa. Desta vez, saiu em terceiro lugar em familiaridade com o nome. O que causou esse incrível salto da obscuridade para a fama? Duas semanas e US $ 1 milhão em publicidade. Familiaridade não significa necessariamente vendas, mas os dois estão frequentemente relacionados - como evidenciado pelo fato de que a cerveja root Beer da A&W aumentou sua participação no mercado de 15% para 50% após seis meses de propaganda na televisão. A principal função de muitos comerciais é fazer com que o nome do produto fique firmemente plantado em nossas cabeças, e é por isso que o nome do produto é repetido com frequência, enquanto o produto do concorrente raramente é mencionado. Essa disponibilidade da marca anunciada pode nos sugerir sua superioridade em relação à marca que vem à mente com menos facilidade. Então, uma vez que compramoso produto e descobrimos que gostamos, desenvolvemos a lealdade à marca. Portanto, embora raramente nos sintamos influenciados conscientemente pela publicidade - não saltamos das cadeiras e corremos para o supermercado para comprar cerveja - ela pode iniciar um processo de longo prazo que indiretamente nos leva a comprar produtos fortemente anunciados mais tarde, quando nós temos uma escolha.[39]

Votar em um candidato presidencial é o mesmo tipo de decisão que escolher uma seguradora, refrigerante ou marca de aspirina? A resposta é às vezes. Às vezes, os candidatos que gastam mais em publicidade recebem mais votos,[40] mas isso acontece principalmente quando eles passam no início da campanha para se definirem contra seus oponentes e, portanto, estabelecerem a “narrativa” da campanha.[41 Os] comerciais na TV são especialmente eficazes quando a campanha se concentra em uma questão altamente carregada que desperta fortes emoções nos eleitores. Para uma ilustração convincente, vamos voltar à campanha presidencial de 1988 entre George HW Bush e Michael Dukakis, ex-governador de Massachusetts, que apresentou o que é hoje um dos anúncios de ataque político mais icônicos da história. No verão de 1988, Bush estava muito atrás de Dukakis na disputa pela presidência. Muitos observadores estavam convencidos de que a liderança de Dukakis era intransponível. Em poucos meses, porém, a liderança praticamente evaporou e, no dia da eleição, Bush venceu com folga. Vários analistas políticos atribuem a Willie Horton o papel principal nessa reviravolta. Na verdade, a revista *Time se* referiu a Willie Horton como “o jogador mais valioso de George Bush”.[42]

Quem foi Willie Horton? Ele não foi um dos conselheiros de Bush, nem um grande contribuinte financeiro para a campanha de Bush. Na verdade, os dois homens nunca se

conheceram. Willie Horton era um criminoso condenado que havia sido libertado de uma prisão de Massachusetts antes do final de seu mandato como parte de um programa de licença. (As licenças são licenças temporárias aprovadas de ausência da prisão para fins médicos, religiosos ou educacionais.) Enquanto estava de licença, Horton escapou para Maryland; lá, ele estuprou uma mulher na frente de seu companheiro, a quem ele havia ferido e amarrado a uma cadeira - uma história nojenta, com certeza. Michael Dukakis era governador de Massachusetts quando a licença de Horton foi concedida. Alegando que Dukakis era “brando com o crime”, Bush publicou uma série de anúncios na televisão mostrando a foto de Willie Horton carrancudo e retratando criminosos entrando e saindo da prisão por uma porta giratória. Esses anúncios impressionaram muitos americanos, que tinham medo do crime de rua e acreditavam que o sistema de justiça criminal favorecia os criminosos às custas devítimas. Além disso, o fato de Willie Horton ser negro e de suas vítimas serem brancas não passou despercebido pela maioria dos telespectadores brancos.[43]

Como Dukakis reagiu? Com fatos e números - ele destacou que Massachusetts era apenas um dos muitos estados com programas de licença e que até o governo federal (do qual Bush era membro) dispensava presos de suas prisões. Além disso, observou ele, os programas de licença foram altamente eficazes. No ano anterior, 53.000 presidiários receberam mais de 200.000 licenças e apenas uma pequena porcentagem teve problemas.[44] Dukakis também apontou que, normalmente, as licenças eram concedidas aos condenados que estavam perto do fim de seus mandatos e que as licenças tinham o objetivo de orientá-los para o mundo exterior. Ele insistiu que toda a questão era um artifício - que, se eleito, George Bush não tinha intenção de mudar o sistema de licenças.

Você já está entediado? Os eleitores também. Se Michael Dukakis tivesse colocado um psicólogo social em sua equipe, ele teria recebido um conselho melhor. Quando as pessoas estão com medo e zangadas, os fatos por si só não são tranquilizadores nem convincentes.[45 As] informações podem ser eficazes, mas apenas se estiverem vinculadas a soluções para problemas que os preocupam profundamente. Nas eleições presidenciais de 1992 e 1996, o candidato Bill Clinton (aparentemente tendo aprendido uma lição com a campanha de Dukakis) manteve a atenção do povo americano focada em uma questão primordial - o estado da economia - e não se permitiu ser desviado por questões emocionais.[46]

Na maioria das eleições americanas, os candidatos mais bem-sucedidos são aqueles que almejam emoções fortes: medo do crime, repulsa pela ideia de casamento gay ou banheiros unissex, raiva dos resgates do governo a bancos falidos, medo da mudança climática, raiva dos imigrantes por roubar empregos de americanos trabalhadores e assim por diante. Os candidatos têm mais dificuldade quando tentam uma abordagem mais fundamentada, como explicar a razão econômica complexa para resgates ou acordos comerciais internacionais. A campanha presidencial de 2016 - sem dúvida a mais vulgar da história americana - levou esse foco no medo, raiva e outras emoções negativas a um novo nível. A certa altura, Donald Trump acusou Hillary Clinton de ser um criminoso perigoso que destruiria o país, permitiria que imigrantes ilegais obtivessem empregos americanos, admitisse terroristas, mandasse empregos americanos para a China e ainda levasse as armas das pessoas. Ele a chamou de “mulher desagradável” e insinuou que,

se eleita, a colocaria na prisão. Clinton respondeu com veemência, principalmente usando fatos e númerospara contestar as alegações de Trump. No final da campanha, os dois candidatos estavam demonizados a ponto de muitos eleitores serem motivados menos pelo amor ao próprio candidato do que pelo ódio, medo ou repulsa pelo monstruoso oponente de seu candidato.

Educação, propaganda ou notícias falsas?

Qual é a diferença entre propaganda e educação? O *American Heritage Dictionary of English Language* define *propaganda* como “a propagação sistemática de uma dada doutrina” e *educação* como “o ato de transmitir conhecimento ou habilidade”. Todos podemos concordar que os anúncios de aspirina são propaganda, concebidos intencionalmente para induzir os consumidores a acreditar que um produto com uma marca é melhor do que um genérico. “Vender” um candidato, entretanto, confunde a linha. Os consultores políticos exibem seu candidato de maneira favorável, o que poderia ser considerado uma tentativa de *educar* o público sobre as políticas e virtudes do candidato. Mas, como vimos, seus esforços muitas vezes rejeitam informações factuais em favor da promoção de uma "dada doutrina". E os livros didáticos de história do ensino médio que pretendem “transmitir conhecimento”? Que conhecimento e do ponto de vista de quem? Como diz o velho ditado, “A história é escrita pelos vencedores” e, até recentemente, as contribuições feitas por mulheres, negros e outras minorias para a história americana eram quase invisíveis nesses livros. O fato de os conselhos escolares de todo o país ainda lutarem furiosamente sobre o que um livro de história ou biologia “deveria” dizer ilustra a linha tênue entre educação e propaganda.

Na prática, se uma pessoa considera um determinado curso de instrução como educacional ou propagandístico, depende, em grande medida, de seus valores morais e ideologia. Quando meus filhos estavam no ensino médio, eles foram obrigados a assistir a um filme sobre o uso de drogas, que mencionava que muitos usuários de drogas radicais começaram seu vício fumando maconha. Tenho certeza de que a maioria dos funcionários da escola considerou a apresentação desse fato como um caso de "transmissão de conhecimento", mas a maioria dos usuários recreativos de maconha considerou isso como "a propagação sistemática de uma dada doutrina" - a crença de que a maconha invariavelmente leva ao uso de drogas mais pesadas. Ou considere o tópico da educação sexual nas escolas visto pelos cristãos evangélicos ou pelos defensores da Paternidade planejada: um lado consideraria seus ensinamentos sobre sexo como "educação" e o outro lado como"propaganda." Isso não quer dizer que todas as comunicações sejam drasticamente tendenciosas e unilaterais. Em vez disso, quando estamos lidando com questões de grande carga emocional sobre as quais as pessoas discordam, é virtualmente impossível construir uma comunicação que as pessoas de ambos os lados concordem ser justa e imparcial.

Essa questão se tornou mais espinhosa com o surgimento das notícias a cabo e da internet, que nos permitem escolher nossas fontes preferidas de “informação”. Se você for conservador, provavelmente receberá suas notícias de fontes de direita como a Fox News ou de sites com uma visão de mundo de direita. Se você for liberal, provavelmente receberá suas notícias do MSNBC ou de sites de esquerda correspondentes. Além disso, muitos de nós obtemos nossas notícias em redes sociais como o Facebook, o que

garante ainda mais que o que vemos é o resultado de um processo de filtragem que nos dá mais daquilo que já acreditamos. Algoritmos gerados por nossos padrões de clique alimentam nossos interesses e filtram o conteúdo que consideramos ofensivo ou enfadonho. Mas o maior filtro é o social: quando vemos principalmente o que outras pessoas em nossa rede social veem e "gostam", é menos provável que encontremos histórias que possam desafiar, ampliar ou mudar nossa visão de mundo estabelecida. O resultado é o que o ativista da internet Eli Pariser chama de “bolha do filtro”, o universo personalizado de informações que chega aos nossos feeds de mídia social e, portanto, chama nossa atenção.[47] Negros e brancos, religiosos e seculares, liberais e conservadores, velhos e jovens, urbanos e rurais - cada “bolha” tem seus próprios interesses e atitudes. O processo de filtragem garante que iremos marinar em notícias e ideias que “gostamos”, com o resultado de que nossos sistemas de crenças são reforçados e outros são atacados e ridicularizados. E como o filtro faz isso de maneira invisível, achamos que estamos vendo a realidade, em vez de uma versão cuidadosamente selecionada dela.

Também pensamos que sempre foi assim - mas não foi. Em 1968, a maioria dos americanos recebia suas notícias na TV de Walter Cronkite, um veterano repórter de guerra que, como âncora do noticiário noturno da CBS, era amplamente considerado o homem mais confiável da América. Naquele ano, Cronkite mudou o curso da história quando, durante seu noticiário noturno, ele compartilhou sua opinião de que a guerra do Vietnã era invencível. Como a maioria dos americanos - de direita e de esquerda - confiava em Cronkite, suas atitudes mudaram e o apoio público à guerra diminuiu. É impossível imaginar um âncora de notícias exercendo uma influência tão ampla hoje.[48]

Hoje, qualquer pessoa com um computador pode ser um blogueiro ou até mesmo começar um jornal ou revista baseada na web, criando e distribuindo notícias com pouca ou nenhuma supervisão editorial. Essa capacidade levou a umproliferação de propaganda na forma de “notícias falsas” - histórias falsas embaladas como verdadeiras. Durante a eleição de 2016, uma foto de Donald Trump se tornou viral na internet, com uma citação supostamente de anos anteriores sobre suas ambições presidenciais: “Se eu fosse concorrer, concorreria como republicano. Eles são o grupo de eleitores mais idiotas do país. Eles acreditam em qualquer coisa na Fox News. Eu poderia mentir, e eles ainda comeriam. Aposto que meus números seriam ótimos. ” Como essa declaração parecia verdadeira para os liberais e ecoava sentimentos que Trump realmente disse, a maioria dos liberais acreditava nela; apesar de ser falsa e repetidamente desmascarada, a citação continuou a circular na internet por mais de um ano.[49] Uma alegação igualmente falsa também se tornou viral dentro dos círculos de direita, alegando que a candidata democrata, Hillary Clinton, estava ajudando a operar uma rede de tráfico sexual em uma pizzaria em Washington, DC. Como vimos no Capítulo 1 , a pizzaria resistiu assédio constante e ameaças de morte de cidadãos irados. Um desses cidadãos viajou da Carolina do Norte para investigar e acabou atirando várias vezes no restaurante com um rifle de assalto.

Notícias falsas demonstram um fato inquietante sobre a persuasão moderna: como vêm de tantas fontes (muitas vezes desconhecidas) e são tão fáceis de empacotar e compartilhar como notícias reais, mais do que nunca as pessoas confiam em suas ideias

existentes e em sua rede social para determinar o que fazer acreditam. Esse ambiente encoraja a tendência humana de categorizar a informação como *educação,* se concordar com suas implicações, ou como *propaganda,* se não concordar .

Dois caminhos principais para a persuasão

Quando confrontados com um argumento persuasivo, pensamos profundamente sobre ele ou o aceitamos sem pensar muito? Essa questão está na base de muito do nosso entendimento da persuasão. Como vimos no Capítulo 2 , os processos de pensamento automático permitem que nos movamos pelo mundo sem pensar muito. De acordo com Richard Petty e John Cacioppo,[50] temos a tendência de pensar profundamente sobre uma questão, se for relevante para nós e se tivermos a experiência necessária. Nessas circunstâncias, tendemos a examinar cuidadosamente o argumento. Mas às vezes, mesmo que o assunto seja importante, podemos não processar uma discussão com cuidado porque estamos distraídos ou cansados, não temos o conhecimento para avaliá-la criticamente ou a comunicação é apresentada de uma forma que nos acalma para a aceitação.

Petty e Cacioppo argumentam que existem essencialmente duas maneiras de as pessoas serem persuadidas - *centralmente* ou *perifericamente.* O **caminho central para a persuasão** envolve pesar argumentos e considerar fatos relevantes, pensar sobre as questões de uma forma sistemática e tomar uma decisão. Em contraste, a **rota periférica para a persuasão** é menos direta; em vez de pesar e considerar a força dos argumentos, a pessoa responde a pistas simples, muitas vezes irrelevantes, que sugerem a correção, o erro ou a atratividade de um argumento, sem pensar muito nele. Por exemplo, as pessoas que consideram a força dos argumentos sobre como reduzir a reincidência na prisão estão tomando o caminho central; aqueles que ficam com medo e zangados com a imagem de Willie Horton estão tomando o caminho periférico. Da mesma forma, se você decidir comprar um laptop específico porque leu sobre sua facilidade de uso, velocidade de processamento, memória e armazenamento de dados, você está sendo movido pela lógica do argumento. Esta é a rota central. Mas se você decidir comprar o laptop porque seu artista favorito o endossa, você está sendo movido por questões irrelevantes para o produto. Esta é a rota periférica. Poucos apelos persuasivos são puramente centrais ou periféricos; a maioria contém elementos destinados a ambos os modos de processamento.

via central para a persuasão:

o caminho que envolve pesar argumentos e considerar fatos e números relevantes, pensar sobre as questões de uma forma sistemática e chegar a uma decisão

rota periférica para a persuasão:

a rota pela qual uma pessoa responde a pistas simples, muitas vezes irrelevantes, que sugerem a correção ou a incorrecção de um argumento sem pensar muito sobre ele

Advogados e políticos costumam combinar argumentos centrais e pistas periféricas. Em 1995, o julgamento do assassinato de OJ Simpson cativou a nação; milhões de telespectadores assistiram ao Hall da Fama correndo atrás e seu “time dos sonhos” de advogados lutando contra as acusações de que Simpson havia assassinado brutalmente

sua ex-mulher e seu amigo. Em 2016, essa história e o julgamento foram recontados em uma série premiada, *The People v. OJ Simpson: American Crime Story,* e no documentário *OJ: Made in America.* Em um dos momentos mais dramáticos do julgamento, o promotor pediu a Simpson que experimentasse as luvas manchadas de sangue usadas pelo assassino. Simpson lutou para colocar as luvas, mas pareciam muito apertadas. O advogado principal de Simpson, Johnnie Cochran, não perdeu tempo em apresentar uma linha memorável e, ao fazê-lo, acrescentou uma sugestão periférica persuasiva ao júri. Cochran disse: “Se não couber, você deve absolver”. A afirmação foi convincente, mas não por causa da lógica do argumento - afinal, certamente é possível cometer assassinato usando luvas apertadas, e luvas de couro encolherão se forem encharcadas em água (ou sangue). Mas a declaração de Cochran ressoou porque, quando as pessoas estão avaliando a qualidade de um argumento, podem ser influenciadas pela maneira como é formulado. No caso de Cochran, sua rima deu a declaraçãoum toque de verdade. Matthew McGlone[51] demonstrou nossa suscetibilidade a tais táticas. Ele descobriu que os estudantes universitários eram mais persuadidos por aforismos desconhecidos que rimam (“ai, une os inimigos”) do que as mesmas idéias apresentadas na forma não rimada (“ai que une os inimigos”). A rota periférica para a persuasão pode ser surpreendentemente sutil - embora surpreendentemente eficaz.

Nos últimos anos, escolher as palavras certas (mesmo que não rimam) tornou-se uma ciência. Políticos e anunciantes contratam pesquisadores para estabelecer grupos de foco e conduzir pesquisas para testar termos, frases e nomes para ver quais deles voam melhor com o público que esperam alcançar. Por exemplo, a maioria dos americanos é a favor do que costumava ser chamado de “imposto de propriedade”, um imposto sobre os indivíduos que herdam uma riqueza imensa de seus pais. A opinião pública sobre o imposto imobiliário mudou quando ele foi renomeado por um consultor político inteligente chamado Frank Luntz. Pesquisa de Luntz[52] sugeriu que as pessoas poderiam se voltar contra a lei tributária se os políticos começassem a se referir a ela como um “imposto sobre a morte”, o que evoca a imagem de ser injustamente penalizado por morrer.

Políticos e grupos de ação política rotineiramente dão apelidos às políticas que desmentem o conteúdo genuíno da legislação, dependendo se desejam que ela seja bem-sucedida ou fracassada. O Affordable Care Act (ACA) de 2010 quase falhou quando um político acusou uma cláusula no projeto de lei permitir que médicos e seguradoras decidissem o destino de pacientes com doenças terminais. Em seu ataque ao projeto de lei, os oponentes começaram a chamar essas reuniões de tomada de decisão de “painéis da morte”, sugerindo que estranhos poderiam decidir, como disse um congressista, “desligar a vovó”. Na realidade, a disposição apenas exigia que as seguradoras pagassem por consultas entre pacientes e seus médicos para considerar opções para pacientes em estado terminal - muito longe da imagem evocada pelo termo “painel da morte”. Além disso, a própria ACA recebeu um título depreciativo de seus oponentes, o que reduziu sua popularidade: Obamacare. Muito mais americanos aprovaram o Affordable Care Act do que o Obamacare, embora fosse o mesmo programa.

Em 2001, o Departamento de Agricultura dos Estados Unidos aprovou um aditivo para carne chamado “carne magra de textura fina”, destinada a esticar pacotes de carne moída sem aumentar seu teor de gordura. Quando a ABC News questionou o uso do aditivo

pastoso, que é adicionado a 70 por cento da oferta de carne moída na América, ela se referiu à substância como "limo rosa". Imagine a reação do público! Petiçõespara eliminar a substância da merenda escolar e do supermercado circulou, e apesar de sua segurança,[53] os produtores perderam clientes. Por fim, eles processaram a ABC News em mais de um bilhão de dólares. Verdadeiras ou falsas, as imagens que surgem em nossa cabeça influenciam nossas crenças, sentimentos e comportamentos, e essas imagens geralmente dependem das palavras específicas que usamos para rotulá-las. Palavras evocam imagens e emoções poderosas que podem sobrecarregar nossa consideração dos fatos.

Resumindo, se o seu objetivo é persuadir, você precisa saber a importância do assunto para o seu público e o quão bem informado ele está. Se eles tiverem conhecimento e motivação, você precisará incluir argumentos fortes e lógicos em seu apelo persuasivo. Se eles não se importarem com o problema ou não puderem compreendê-lo totalmente, você precisará persuadi-los usando dicas periféricas de alta qualidade que você anexa à mensagem. Isso pode funcionar por um curto período, mas se você quiser que sua mensagem persuasiva permaneça, os experimentos sugerem que a persuasão que leva as pessoas a processar argumentos sistematicamente tem muito mais probabilidade de perdurar do que a persuasão baseada apenas em pistas periféricas.[54]

Vamos nos voltar agora para os três fatores-chave que podem aumentar a eficácia de uma comunicação ou tentativa de persuasão: (1) a fonte da comunicação (quem a diz), (2) a natureza da comunicação (como ele ou ela a diz) e (3) as características e a mentalidade do público (a quem ele fala). Dito de outra forma: quem diz o que a quem? Veremos cada um deles separadamente.

A fonte da comunicação

Parece muito claro que provavelmente seremos persuadidos por pessoas em quem confiamos. Mas o que determina a confiança?

Credibilidade Há muitos anos, vi o poeta Allen Ginsberg em um programa de entrevistas noturno. Ginsberg estava entre os poetas mais populares da chamada Geração Beat; seu poema “Uivo” escandalizou o estabelecimento literário na década de 1950. No talk show, Ginsberg estava de volta: tendo acabado de se gabar de sua homossexualidade (que na época era chocante para a maioria dos americanos), ele estava falando sobre a diferença de gerações - como jovens e velhos se entendem mal. A câmera fez uma panorâmica. Ele era gordo, barbudo e parecia um pouco selvagem (ele estava chapado?); cabelos compridos cresciam em mechas rebeldes dos lados de sua cabeça calva; ele estava vestindo um tie-tingidoCamiseta com um furo e alguns fios de miçangas. Embora ele estivesse falando seriamente - e, a meu ver, com sensatez - sobre os problemas dos jovens, o público do estúdio estava rindo. Eles o estavam tratando como um palhaço. Ocorreu-me que, com toda probabilidade, a grande maioria das pessoas em casa, deitada na cama olhando para ele, não poderia levá-lo a sério - por mais sensata que fosse sua mensagem e por mais fervorosa que ele a transmitisse. Sua aparência foi esmagadora da reação do público. O cientista em mim ansiava por substituir o Ginsberg de olhos arregalados por um professor da Ivy League bem vestido e fazê-lo mover os lábios

enquanto Ginsberg dizia as mesmas palavras fora das câmeras. Meu palpite é que, nessas circunstâncias, a mensagem de Ginsberg teria sido bem recebida.

Não há necessidade. Experimentos semelhantes já foram feitos. Na verdade, as especulações sobre os efeitos do prestígio na persuasão são antigas. Antes de 300 anos AC, Aristóteles, o primeiro psicólogo social publicado no mundo, escreveu:

Acreditamos nos homens bons mais plenamente e mais prontamente do que outros: isso é geralmente verdade seja qual for a questão, e absolutamente verdadeiro onde a certeza exata é impossível e as opiniões estão divididas ... Não é verdade, como alguns escritores assumem em seus tratados sobre retórica, que a bondade pessoal revelada pelo falante em nada contribui para seu poder de persuasão; pelo contrário, seu caráter pode quase ser considerado o meio mais eficaz de persuasão que possui.[55]

Demorou cerca de 2.300 anos, mas a observação de Aristóteles foi finalmente submetida a um teste científico por Carl Hovland e Walter Weiss.[56] Eles pediram a um grande número de pessoas que avaliassem uma alegação de que construir submarinos com propulsão nuclear era um empreendimento viável. (Esse experimento foi feito em 1951, quando aproveitar a energia nuclear para tais propósitos era apenas um sonho.) Alguns foram informados de que o argumento foi feito por uma pessoa altamente confiável, a saber, J. Robert Oppenheimer, um físico atômico conhecido nacionalmente e altamente respeitado; outros foram informados de que o mesmo argumento vinha de uma fonte com pouca credibilidade, a saber , o *Pravda* , o jornal oficial do Partido Comunista da então União Soviética - uma publicação infame por sua falta de objetividade e veracidade. Quase todos os que acreditavam que a comunicação vinha de Oppenheimer mudaram de opinião, acreditando mais fortemente do que na viabilidade dos submarinos nucleares. Muito poucos dos que leram a previsão idêntica atribuída ao *Pravda* mudaram de opinião.

Este fenômeno foi repetidamente confirmado por outros experimentadores usando uma ampla variedade de tópicos e atribuindo as mensagens a uma ampla variedade de comunicadores. Um juiz no tribunal de menores é melhor do que a maioria das pessoas para influenciar a opinião sobre a delinquência juvenil, um poeta famoso pode influenciar a opinião sobre os méritos de um poema e um jornal médico pode influenciar a opinião sobre se os anti-histamínicos devem ser dispensados sem receita. O que o físico, o juiz, o poeta e o jornal médico têm que o *Pravda* não tem? O que faz a diferença em sua eficácia? Aristóteles disse que acreditamos em “homens bons”, com o que se referia a pessoas de alto calibre moral. Hovland e Weiss usam o termo *credível* , o que remove as conotações morais presentes na definição aristotélica. O famoso físico, juiz e poeta têm credibilidade; eles não são necessariamente bons, mas são *especialistas* e *confiáveis.* Faz sentido permitir-se ser influenciado por comunicadores que são confiáveis e que sabem do que estão falando. Faz sentido que as pessoas sejam influenciadas por J. Robert Oppenheimer quando ele está expressando uma opinião sobre a energia nuclear, e faz sentido que as pessoas que estão avaliando a qualidade de um poema sejam influenciadas por um grande poeta.

Mas nem todos são igualmente influenciados pelo mesmo comunicador. Na verdade, o mesmo comunicador pode ser considerado por algumas pessoas como possuindo alta credibilidade e por outras como possuindo baixa credibilidade. Além disso, certos atributos

periféricos do comunicador podem parecer importantes para alguns membros da audiência; tais atributos podem tornar um comunicador eficaz ou ineficaz.

Este fenômeno foi demonstrado em um experimento que fiz com Burton Golden[57] em que crianças da sexta série ouviram um discurso exaltando a utilidade da aritmética. O homem que deu o discurso foi apresentado como um engenheiro premiado de uma universidade de prestígio ou como alguém que ganhava a vida lavando pratos. Como você poderia esperar, o engenheiro foi muito mais eficaz em influenciar as opiniões dos jovens do que o lava-louças - dificilmente surpreendente ou mesmo interessante. Mas, além disso, variamos sua raça. Em alguns dos testes, o comunicador era branco e, em outros, preto. Várias semanas antes do experimento, as crianças (todas brancas) preencheram um questionário para medir seu grau de preconceito contra os negros. Os resultados foram surpreendentes: entre as crianças que tinham mais preconceito contra os negros, o engenheiro negro foi *menos* influente do que o engenheiro branco, embora ambos tenham feito o mesmo discurso. Além disso, entre aquelas crianças queeram menos preconceituosos contra os negros, o engenheiro negro era *mais* influente do que o engenheiro branco. Você pode pensar que, em um mundo puramente racional, um engenheiro de prestígio deveria ser capaz de influenciar alunos da sexta série sobre a importância da aritmética, independentemente da cor de sua pele, mas como você tem aprendido ao longo deste livro, isso não é um mundo puramente racional. Dependendo das atitudes raciais das crianças, elas eram mais ou menos influenciadas por um engenheiro negro do que por um engenheiro branco idêntico.

Este comportamento dificilmente parece adaptativo. Se a qualidade de sua vida depende de até que ponto você permite que uma comunicação sobre aritmética influencie sua opinião, a experiência do comunicador parece ser o fator mais razoável a se considerar. Na medida em que outros fatores (como a cor da pele) diminuem ou aumentam sua suscetibilidade à persuasão, você está se comportando de maneira inadequada. Mas os anunciantes apostam na sua irracionalidade a esse respeito, contando com fatores irrelevantes para aumentar a eficácia de um porta-voz - uma lagartixa bonitinha para lhe vender um seguro! Freqüentemente, essas dicas periféricas são os únicos aspectos do comunicador que o espectador vê. Por décadas, desde 1950, os comerciantes de Wheaties tiveram atletas famosos em suas caixas de cereais, todos endossando seus produtos com entusiasmo: os campeões de decatlo Bob Richards nos anos 1960 e Bruce Jenner (agora Caitlin Jenner) nos anos 1970; a ginasta Mary Lou Retton na década de 1980; e mais tarde atletas famosos como Alex Rodriguez, Michael Phelps e LeBron James. Aparentemente, quem quer que seja o encarregado de vender trigo para as massas está convencido de que os atletas são melhores do que alguns professores de nutrição para serem comunicadores eficazes.

Essa convicção é justificada? As pessoas serão influenciadas por um anúncio apenas porque uma importante personalidade do esporte está envolvida? Mesmo se admirarmos a habilidade que esses atletas exibem no campo de jogo, podemos confiar que eles nos contarão a verdade sobre os produtos que endossam? Afinal, todos nós sabemos que o astro do esporte que revende uma determinada marca de cereal matinal ou tênis está sendo bem pago por seu endosso. Meu palpite é que a maioria de nós diria rapidamente: “De jeito nenhum. Não vou comer Wheaties ou comprar Nikes só porque LeBron *diz* que

come Wheaties e prefere Nikes. Talvez *outras* pessoas possam ser persuadidas a sair correndo e comprar algo só porque uma figura do esporte mandou, mas eu certamente não confiaria nem mesmo no conselho do meu jogador favorito sobre como gastar o meu suadodinheiro." Mas as pessoas podem prever seu próprio comportamento? Antes de responder, vamos examinar mais de perto o fator confiança.

Claramente, a confiança é importante para determinar se um comunicador será eficaz. Por exemplo, talvez a razão crucial para os preconceituosos alunos da sexta série do experimento Aronson e Golden serem menos influenciados pelo engenheiro negro do que pelo engenheiro branco é que eles não confiavam nos negros. Se isso for verdade, então se pudéssemos oferecer ao público evidência independente de que uma pessoa é confiável, essa pessoa deveria se tornar mais persuasiva.

Como os comunicadores podem parecer confiáveis para nós? Uma maneira é argumentar contra seus próprios interesses. Se as pessoas não têm nada a ganhar (e talvez algo a perder) nos convencendo, confiaremos nelas e serão mais eficazes. Uma ilustração pode ser útil. Suponha que um criminoso habitual, um contrabandista e vendedor de heroína recentemente condenado, esteja fazendo uma palestra sobre os abusos do sistema judiciário dos Estados Unidos. Ele influenciaria você? Provavelmente não. A maioria das pessoas o consideraria indigno de confiança, fora da definição aristotélica de um bom homem, porque ele tem um grande interesse em criticar o sistema que o está punindo. Mas suponha que ele esteja argumentando que o sistema de justiça criminal é muito brando com pessoas como ele - que os criminosos quase sempre vencem quando têm um advogado inteligente e que, mesmo que os criminosos sejam condenados, as sentenças normalmente aplicadas são muito brandas. O argumento dele influenciaria você agora?

Tenho certeza que sim. Elaine Walster, Darcy Abrahams e eu[58] apresentou a estudantes universitários um recorte de jornal de uma entrevista entre um repórter e Joe “The Shoulder” Napolitano, que foi identificado como mafioso e assassino. (Inventamos seu nome.) Em uma condição experimental, Joe “The Shoulder” defendeu tribunais mais rígidos e sentenças mais severas. Em outra condição, ele argumentou que os tribunais deveriam ser mais brandos e as sentenças menos severas. Também executamos um conjunto paralelo de condições em que as mesmas declarações foram atribuídas a um funcionário público respeitado. Quando Joe “The Shoulder” defendeu tribunais mais brandos, ele foi totalmente ineficaz; na verdade, ele fez com que as opiniões dos participantes mudassem ligeiramente na direção oposta. Mas quando ele defendeu tribunais mais rígidos e poderosos, ele foi extremamente eficaz - tão eficaz quanto o respeitado funcionário público apresentando o mesmo argumento.

Este estudo demonstra que Aristóteles não estava completamente correto. Um comunicador pode ser uma pessoa pouco atraente e imoral eainda ser eficaz, contanto que acreditemos que ele ou ela não tem nada a ganhar (e talvez algo a perder) nos persuadindo. Por que Joe “The Shoulder” foi tão eficaz em nosso experimento? Quando as pessoas argumentam contra seus próprios interesses, inferimos que a verdade da questão é tão convincente que elas acreditam sinceramente no que estão dizendo. Quando Patrick Reynolds, que herdou milhões de dólares da RJ Reynolds Tobacco Company, fundada por seu avô, assumiu uma forte posição pública contra o fumo e

incentivou as vítimas de doenças relacionadas ao fumo a entrar com ações judiciais contra as empresas de tabaco, ninguém contestou sua sinceridade !59 E quando John Robbins, herdeiro de uma enorme fortuna da empresa de sorvetes Baskin-Robbins de seu pai, escreveu um livro de dieta vegana best-seller que defendia a eliminação de produtos lácteos, seu argumento influenciou inúmeros leitores. Quando argumentamos contra nossos interesses, as pessoas ouvem.

Outra forma de aumentar a confiabilidade é criar uma situação em que as pessoas não pensem que você está tentando persuadi-las. Muitos anos atrás, a corretora EF Hutton produziu uma série de comerciais de televisão de grande sucesso. O comercial começa com uma cena de duas pessoas conversando em particular em um restaurante lotado e barulhento. Quando uma pessoa começa a passar algum conselho de EF Hutton, um silêncio repentino cai sobre a sala e todos - garçons, clientes, ajudantes de garçom - estão se esforçando para ouvir o palpite. “Quando EF Hutton fala”, diz o locutor, “as pessoas ouvem”. (Você pode ver este anúncio vintage no YouTube.) A implicação é clara: todos no restaurante estão recebendo conselhos que não foram destinados a eles e, como resultado, as informações são ainda mais valiosas. Quando os comunicadores não estão *tentando* nos influenciar, seu potencial para fazer isso aumenta.

Isso é exatamente o que Elaine Walster e Leon Festinger60 descobertos quando encenaram uma conversa entre dois estudantes de graduação na qual um deles expressou sua opinião de especialista sobre um assunto. Um estudante de graduação teve permissão para ouvir a conversa deles. Em uma condição experimental, os participantes sabiam que os alunos de graduação estavam cientes de sua presença na sala ao lado; portanto, eles sabiam que qualquer coisa que fosse dita poderia ser concebida de forma intencional para influenciar sua opinião. Na outra condição, a situação foi arranjada de forma que os participantes acreditassem que os alunos da graduação desconheciam sua presença na sala ao lado. Nessa condição, as opiniões dos participantes mudaram significativamente mais no sentido da opinião expressa pelos alunos da pós-graduação.Afinal, eles sabiam do que estavam falando - e não estavam tentando mudar a opinião de ninguém.

Atratividade e semelhança Onde essas descobertas deixam LeBron James nos incentivando a comer Wheaties ou usar Nikes? É óbvio que ele está *tentando* nos influenciar. Além disso, ele está operando em seu próprio interesse; Wheaties e Nike estão pagando a ele e a outros atletas famosos grandes quantias de dinheiro para vender seus produtos. Esse fato por si só deve torná-los menos confiáveis. Mas isso os torna menos eficazes? Não necessariamente.

Em primeiro lugar, tendemos a gostar e confiar nas pessoas que consideramos atraentes; portanto, a menos que estejamos processando ativamente o fato de que elas estão sendo pagas para endossar um produto, podemos ser persuadidos de maneira periférica.61 Em segundo lugar, mesmo que não possamos *confiar* na sinceridade dos endossantes, isso não significa que não compremos os produtos que eles endossam. Atratividade e simpatia são fatores poderosos de persuasão, mesmo que uma fonte não tenha experiência ou tenha algo a ganhar em nos persuadir. Judson Mills e eu62 fez um experimento demonstrando que uma mulher bonita - simplesmente porque ela era bonita - poderia ter um grande impacto nas opiniões de um público sobre um tópico totalmente irrelevante

para sua beleza e, além disso, seu impacto foi maior quando ela disse abertamente ao público ela queria influenciá-los. Alice Eagly, Shelly Chaiken e colegas[63] realizaram experimentos que não apenas replicaram nossa descoberta de que comunicadores mais agradáveis são mais persuasivos, mas também mostraram que esperamos que pessoas bonitas pensem como nós. Não admira que eles possam nos persuadir!

Nós associamos a atratividade do comunicador com o desejo da mensagem. Somos influenciados por pessoas de quem gostamos e com quem percebemos semelhanças. Quando gostamos do comunicador, nos comportamos como se estivéssemos tentando agradar essa pessoa mudando nossas opiniões - mas apenas sobre questões triviais. Atletas e celebridades podem influenciar nossas escolhas de cereais, e belas mulheres e homens bonitos podem nos fazer concordar com eles em um tópico abstrato, estejamos ou não dispostos a admitir isso. Mas é improvável que eles pudessem nos influenciar a apoiar uma questão sobre a qual discordamos veementemente deles, como o controle de armas ou o aborto.

Finalmente, podemos perguntar: quem é mais confiável, comunicadores que expõem seu caso com certeza ou com apreensão? Na maioria dos casos, as pessoas confiam no falante confiante, em vez de naquele que fala com firmeza; eles consideram a confiança como um indicador de experiência e veracidade. No entanto, se suspeitarmos de flimflam - se formos feitosciente da probabilidade de que alguém está tentando nos persuadir a acreditar em algo ou comprar algo por um motivo oculto (“Este tônico mágico com *certeza* vai melhorar suas notas!”) - essa confiança extrema pode levantar nossas suspeitas.

Para resumir, os comunicadores com maior probabilidade de nos influenciar são aqueles que consideramos especialistas e confiáveis. Dito isso, sua confiabilidade e eficácia podem ser aumentadas se:

- eles assumem uma posição que parece oposta aos seus próprios interesses.
- eles não parecem estar tentando influenciar nossa opinião.
- eles são especialmente atraentes e atraentes - pelo menos no que diz respeito às nossas opiniões e não às nossas atitudes arraigadas.
- estão confiantes em suas afirmações, porque a confiança aumenta sua credibilidade, a menos que tenhamos motivos para duvidar de seus motivos.

A Natureza da Comunicação

As próprias comunicações diferem, e como elas diferem pode determinar sua eficácia. Aqui, quero considerar cinco dimensões ao longo das quais elas variam: (1) Uma comunicação é mais persuasiva se for projetada para apelar à capacidade de raciocínio do público ou se tiver como objetivo despertar as emoções do público? (2) As pessoas são mais influenciadas por uma comunicação se ela estiver ligada a uma experiência pessoal convincente ou se for sustentada por uma pilha de evidências estatísticas incontestáveis? (3) A comunicação ressoa com a maneira como o público se vê, ou seja, com sua identidade básica? (4) A comunicação deve apresentar apenas um lado do argumento ou deve também apresentar a visão oposta? (5) Qual é a relação entre a

eficácia da comunicação e a discrepância entre a opinião original do público e a opinião defendida pela comunicação?

Apelos lógicos versus emocionais Como eu disse antes, quando Donald Trump estava fazendo campanha para presidente, ele funcionou em uma plataforma carregada de emoção: medo de imigrantes e terroristas e outros estrangeiros misteriosos que estão vindo nos buscar. Ele disse que eles são estupradores, assassinos e pessoas más. Assim como Dukakis não conseguiu prevalecer com suas estatísticas sobre o sucesso dos programas de licença, Clinton não conseguiu conter os alarmes de Trump, que ressoaram em muitas partes do país que temiam demografia e economiaalterar. E como vimos ao descrever os resultados dos anúncios políticos carregados de emoção apresentando Willie Horton na campanha Bush-Dukakis, podemos suspeitar que os apelos emocionais - especialmente aqueles que geram medo - serão mais eficazes do que os racionais. Por que e quando o medo funciona e quando pode sair pela culatra?

Anos atrás, eu morava em uma comunidade que estava prestes a votar se deveria fluoretar o abastecimento de água como forma de combater a cárie dentária. Os proponentes da fluoretação lançaram uma campanha de informação que parecia lógica e razoável, com declarações de dentistas famosos descrevendo os benefícios dos fluoretos e discutindo as evidências sobre a redução da cárie dentária em áreas com água fluoretada, bem como declarações de médicos e outras autoridades de saúde que a fluoretação não tem efeitos prejudiciais. Os oponentes da fluoretação usaram um contra-argumento muito mais emocional, distribuindo folhetos com a imagem de um rato feio, junto com a declaração: “Não deixe que eles ponham veneno de rato na sua água potável”. O referendo para fluoretar o abastecimento de água foi totalmente derrotado.

Esta história não prova conclusivamente que os apelos ao medo são superiores, porque não foi um estudo cientificamente controlado. Não temos ideia de como as pessoas teriam votado na fluoretação se não houvesse publicidade, nem sabemos se a circular da antifluoretação alcançou mais pessoas ou se foi mais fácil de ler do que a literatura dos proponentes. Em um estudo inicial sobre preferências de voto, George Hartmann[64] demonstrou que os indivíduos que receberam uma mensagem *principalmente* emocional votaram no candidato endossado pela mensagem com mais frequência do que as pessoas que receberam uma mensagem *basicamente* lógica.

Enfatizo a palavra *principalmente* por um bom motivo: ela define o principal problema da pesquisa nessa área - a saber, que não há definições infalíveis e mutuamente exclusivas de *emocional* e *racional.* Na ilustração da fluoretação, a maioria das pessoas provavelmente concordaria que o panfleto antifluoretação foi elaborado para despertar o medo; ainda assim, não era totalmente ilógico, porque de fato é verdade que o flúor usado em concentrações mínimas para prevenir a cárie dentária também é usado em concentrações massivas como um veneno de rato. Por outro lado, apresentar os pontos de vista de profissionais não é totalmente isento de apelo emocional; é reconfortante saber que médicos e dentistas endossam o uso de fluoretos.

Porque, na prática, as distinções operacionais entre *lógico* e *emocional* são difíceis de traçar, alguns pesquisadores se voltaram para umproblema igualmente interessante e muito mais pesquisável: o problema do efeito de vários *níveis* de uma emoção específica

na mudança de opinião. Suponha que você deseje despertar o medo no coração do público como uma forma de fazê-los mudar de ideia. Seria mais eficaz despertar um pouco de medo ou você deveria tentar assustá-los até o inferno? Se seu objetivo é convencer as pessoas a dirigir com mais cuidado, sem enviar mensagens de texto, você seria mais eficaz se mostrasse a elas filmes dos corpos quebrados e ensanguentados de vítimas de acidentes rodoviários ou seria mais eficaz se reduzisse a sua comunicação? - mostrando para-lamas amassados, discutindo o aumento das taxas de seguro devido a direção descuidada e apontando que as pessoas que dirigem descuidadamente podem ter suas carteiras de motorista suspensas?

O bom senso não ajuda aqui. Por um lado, sugere que um bom susto motivará as pessoas a agir; por outro lado, argumenta que muito medo pode interferir na capacidade de uma pessoa de prestar atenção à mensagem, compreendê-la e agir de acordo com ela. Todos nós acreditamos, em um momento ou outro, que “isso só acontece com o outro cara - não pode acontecer comigo”. É por isso que algumas pessoas continuam a dirigir e enviar mensagens de texto ou insistem em dirigir depois de tomarem alguns drinks, mesmo sabendo que não é o caso. Talvez porque os riscos de acidentes sejam tão alarmantes que as pessoas os esquecem. Assim, podemos predizer que, se uma comunicação realmente nos assusta, tendemos a não prestar muita atenção nela.

O que a evidência nos diz? O peso esmagador dos dados experimentais sugere que, todas as outras coisas sendo iguais, quanto mais assustada uma pessoa fica com uma comunicação, mais provável é que ela tome medidas preventivas. Em um dos muitos experimentos sobre medo e persuasão, Howard Leventhal e seus associados[65] tentaram induzir as pessoas a pararem de fumar e a fazer radiografias de tórax. Na condição de baixo medo, alguns participantes receberam simplesmente a recomendação de parar de fumar e fazer um raio-X. Na condição de medo moderado, outros viram um filme retratando um jovem cujas radiografias revelaram que ele tinha câncer de pulmão. E na condição de alto medo, as pessoas viram o mesmo filme, mas também outro filme mais sangrento de uma operação de câncer de pulmão. Aqueles que estavam mais assustados também estavam mais ansiosos para parar de fumar e mais propensos a fazer raios-X.

Isso é verdade para todos? Não é. Há uma razão pela qual o bom senso sugere que o medo nos impede de agir: ele impede - para certas pessoas, sob certas condições. Que “certas pessoas”, por exemplo? Leventhal e seus colegas descobriram que as pessoas que tinham uma altaopinião sobre si mesmos era mais provável de ser motivada a tomar medidas imediatas quando estavam com medo. Pessoas com uma opinião negativa sobre si mesmas, no entanto, eram menos propensas a tomar medidas imediatas - mas (aqui está a parte interessante) se houvesse um atraso e eles soubessem que poderiam agir *mais tarde* , eles se comportavam de forma muito semelhante aos participantes com alta auto- estima. Pessoas com autoimagem negativa podem ter dificuldade em lidar com ameaças, o que explica por que uma comunicação de alto medo os oprime e os faz sentir vontade de rastejar para a cama e puxar as cobertas sobre suas cabeças. Eles podem lidar mais facilmente com o medo baixo ou moderado no momento. Mas se tiver tempo - isto é, se não for essencial que ajam imediatamente - será mais provável que ajam se a mensagem realmente os assustar.

Pesquisas subsequentes de Leventhal e seus colegas de trabalho apóiam essa análise. Em um estudo, os participantes assistiram a filmes de graves acidentes automobilísticos. Alguns assistiam de perto aos filmes em uma tela grande, o que tornava as imagens realmente alarmantes; outros os assistiam de longe em uma tela muito menor. Entre os participantes com autoestima alta ou moderada, aqueles que viram os filmes na tela grande eram muito mais propensos a tomar medidas de proteção subsequentes do que aqueles que viram os filmes na tela pequena. O padrão inverso se aplicava a pessoas com baixa autoestima: eram mais propensas a agir quando viam os filmes em uma tela pequena; aqueles que viram os filmes em uma tela grande não aguentaram e desligaram, dizendo que tinham dificuldade até mesmo de se considerarem vítimas de acidentes de carro. No entanto, mesmo as pessoas com alta autoestima se comportarão como pessoas com baixa autoestima se estiverem dominadas pelo medo e acharem que não há nada que possam fazer para prevenir ou administrar uma situação ameaçadora. Nesse caso, a maioria deles irá para a cama e procurará o cobertor.

Como, então, você motivaria as pessoas com baixa autoestima se quisesse que parassem de fumar ou dirigissem com mais segurança? Se você construir uma mensagem contendo instruções específicas e otimistas, pode torná-los mais propensos a acreditar que podem enfrentar seus medos e enfrentar o perigo. Na verdade, Leventhal e seus associados descobriram que mensagens que despertam medo contendo instruções específicas sobre como, quando e onde agir são muito mais eficazes do que alarmes generalizados sem recomendações para lidar com eles.

Por exemplo, uma campanha realizada em um campus universitário instando os alunos a tomarem vacinas contra o tétano foi dividida em duas condições: (1) apenas instruções - onde e quando estavam disponíveis, junto com a localização do serviço de saúde do aluno e uma sugestão para que cada aluno reserve um horário conveniente para parar; e (2) instruções mais um apelo de alto medo, descrevendo as coisas horríveis que podem acontecer com você se você não tomar uma vacina antitetânica. As instruções por conta própria aumentaram as *atitudes* favoráveis dos alunos em *relação* às vacinas contra o tétano e aumentaram suas intenções declaradas de tomá-las. Mas as instruções não foram suficientes para fazê-los fazer isso. O medo foi o tiro necessário no braço, por assim dizer. Dos alunos que ficaram com medo do que poderia acontecer com eles se não tomassem a vacina antitetânica *e* que foram instruídos sobre como e onde obtê-la, 28% receberam a vacina antitetânica; mas daqueles que não receberam instruções específicas ou um apelo de alto medo, apenas 3 por cento o fizeram. Da mesma forma, Leventhal descobriu que assustar os fumantes sobre os perigos da nicotina aumentava sua *intenção* de parar de fumar. Mas, a menos que essa mensagem fosse acompanhada de recomendações sobre como parar de fumar, ela não mudava o comportamento dos fumantes. Por outro lado, dar a eles coisas específicas que eles poderiam fazer quando tivessem vontade de fumar, mas sem assustá-los quanto aos riscos para a saúde, era relativamente ineficaz. A combinação de estimulação do medo e instruções específicas produziu os melhores resultados; quatro meses depois, os alunos nessa condição estavam fumando menos.

E, no entanto, existem algumas situações em que apelos que despertam o medo - mesmo quando combinados com instruções específicas - não produzirão o efeito desejado. Às

vezes, os apelos ao medo falham porque não são suficientemente assustadores. O aquecimento global, por exemplo, é uma ameaça séria que a maioria dos cientistas acredita ser uma bomba-relógio. À medida que as temperaturas aumentam, as geleiras derretem e o nível do mar aumenta, o que significa que muitos centros populacionais ficarão submersos nos próximos anos. Certas doenças, como a malária, irão proliferar quando os insetos que as carregam migrarem para lugares antes frescos. Os furacões continuarão a se tornar mais frequentes e intensos, assim como as secas e ondas de calor, matando pessoas e colocando em risco a produção de alimentos. No entanto, apesar dessas previsões sombrias, que foram descritas graficamente no filme vencedor do Oscar, *Uma Verdade Inconveniente, a* maioria dos americanos continua insuficientemente amedrontada para exigir uma ação. Uma pesquisa de 2016 sobre os medos americanos[66] descobriram que as pessoas têm mais medodo terrorismo, roubo de identidade e guerra biológica do que do aquecimento global. Por que isso pode ser?

Daniel Gilbert[67] sugere que parte da resposta está na maneira como nosso cérebro funciona. Nossos cérebros evoluíram para ficar amedrontados - e irritados para a ação - por ameaças de perigos claros e presentes (como tigres, cobras ou inimigos carregando armas), não graduais que podem acontecer mais tarde (como secas, gripe ou furacões mais frequentes). Também estamos dispostos a responder a ameaças humanas (como o terrorismo) que são intencionais e, assim, despertam em nós um sentimento de indignação moral. No entanto, como a mudança climática tem o potencial de infligir sofrimento e morte a muito mais milhões de pessoas do que o terrorismo, ignorá-lo ou negá-lo é perigosamente inadequado para nossa espécie e nosso planeta. Gilbert sugere que as pessoas estariam muito mais propensas a exigir uma ação contra o aquecimento global se isso fosse visto como uma conspiração por terroristas em vez do infeliz subproduto de dirigir carros, queimar carvão e derrubar florestas. Talvez mais pessoas estivessem inclinadas a agir se, como o terrorista estereotipado, o aquecimento global tivesse um bigode e estivesse intencionalmente nos perseguindo como um predador.

Matthew McGlone e seus colegas[68] testou essa proposição, não colocando um bigode no aquecimento global, mas colocando um em outra ameaça não humana: o vírus da gripe suína que se tornou uma pandemia em 2009. Em abril daquele ano, em resposta à gripe que se espalhou rapidamente, os Centros Para Controle e Prevenção de Doenças fez uma série de recomendações, incluindo lavagem frequente das mãos, evitar o contato com pessoas infectadas e, acima de tudo, vacinar-se. No experimento, após essas recomendações terem sido feitas, mas antes de a vacina ser disponibilizada, McGlone e sua equipe criaram panfletos informativos que variavam na forma como apresentavam fatos sobre a gripe suína. Para metade das pessoas no experimento, a gripe foi descrita como algo que as pessoas contraem (“Milhares de pessoas podem morrer de gripe suína este ano”). Para a outra metade, a linguagem foi alterada para descrever a gripe como um predador (“A gripe suína pode matar milhares de pessoas este ano”). As pessoas que receberam o panfleto que descreveu a gripe como um assassino ativo foram significativamente mais propensas a ver a gripe suína como assustadora, mais propensas a se verem suscetíveis a ela e mais propensas a marcar uma vacina contra a gripe. Assim, os apelos que induzem o medo são especialmente eficazes se ressoam com nossa programação evolucionária para temer ser atacado por uma ameaça que parece imediata e intencional.

Emoções morais As emoções morais são sentimentos que têm um julgamento normativo - o que você está fazendo é errado, nojento ou mau. A raiva, por exemplo, é tanto um sentimento quanto um julgamento: “Estou com raiva por causa da maldade que você fez”. As emoções morais podem ser artifícios retóricos altamente persuasivos - eles tendem a inspirar ação e unir comunidades que pensam da mesma forma - e tendem a ser contagiosos.[69] Por exemplo, no Twitter, tweets que contenham palavras associadas com as emoções morais (como *ultrajante* ou *nojento* ou *ruim*) tendem a ser mais frequentemente do que palavras emoção não-morais twittou-re.[70] Os políticos freqüentemente tentam inspirar indignação moral porque isso une seus seguidores e os leva a assinar petições, doar dinheiro e dar o fora para votar contra qualquer coisa que se alega ser a razão de sua indignação.[71] As instituições de caridade freqüentemente tentam persuadir as pessoas a doar dinheiro para os menos afortunados, fazendo com que os doadores em potencial se sintam culpados, uma emoção que aumenta sua intenção de contribuir com dinheiro e ajudar em situações face a face.[72]

Também podemos ser persuasivos apelando para os melhores anjos das pessoas - sua motivação pró-social - por meio da *elevação moral* , a emoção que sentimos quando testemunhamos a virtude nos outros. Experimentos[73] descobrem que quando as pessoas assistem a vídeos que retratam atos reais de bondade ou beleza moral, como um professor que se esforça para ajudar seus alunos ou uma criança pobre que dá dinheiro para uma criança menos afortunada, a probabilidade é muito maior. para dizer sim a um pedido de ajuda ou dinheiro de outra pessoa. (Isso explica algo que descrevi no Capítulo 1 , quando Joshua deu todo o seu dinheiro a um mendigo depois de ver um filme "moralmente elevado", *A Lista de Schindler* .)

Na mesma linha, Adam Grant estudou os efeitos de diferentes tipos de incentivos para fazer as pessoas trabalharem duro.[74] Em um de seus estudos, ele examinou a produtividade de voluntários fazendo ligações frias para arrecadar dinheiro para bolsas de estudo. Grant descobriu uma técnica adorável que convenceu seus visitantes voluntários a quase triplicar as doações que receberam. Tudo o que ele precisava fazer era organizar uma reunião de cinco minutos entre os voluntários e um antigo beneficiário de uma das bolsas que eles estavam solicitando. Ser capaz de conectar seus esforços a um ser humano - que expressou a emoção moral de gratidão - energizou seus esforços de arrecadação de fundos.

Estatísticas versus um exemplo pessoal De modo geral, as pessoas usam as experiências e opiniões dos outros para tomar decisões sobre o que é um bom curso de ação. É por isso que, como regra geral, nósconfia em grandes grupos de pessoas mais do que uma única pessoa e está mais inclinado a seguir a multidão do que um único não-conformista. Mas essa lógica razoável muitas vezes sai pela janela quando nos deparamos com uma história ou exemplo convincente. Se o Yelp tem 300 avaliações positivas elogiando El Taco Loco, mas apenas duas negativas, é estatisticamente provável que você goste do restaurante também. Mas digamos que você ouça alguém em uma festa falando sobre uma experiência terrível que acabou de passar (“Tive de pedir três vezes por um garfo limpo e os chips estavam estragados”). Você dirá: “Bem, ok, esse é um dos dois clientes insatisfeitos entre os 300 extasiados”? Talvez, mas essa história

pessoal provavelmente superará a preponderância de avaliações positivas do Yelp. E quanto mais vívidas são essas histórias pessoais, mais persuasivas elas são.[75]

Uma demonstração da vida real vem da área de conservação de energia. Vários anos atrás, meus alunos e eu[76 teve] como objetivo persuadir os proprietários de casas a fazer as melhorias necessárias para ter uma casa com eficiência energética. Trabalhamos com auditores residenciais de empresas de serviços públicos locais e os ensinamos a usar exemplos vívidos ao recomendar melhorias na casa. A maioria dos auditores, quando deixados por conta própria, apenas apontam para rachaduras ao redor das portas e recomendam que o proprietário instale a calafetagem. Em vez disso, nós os treinamos para dizer aos proprietários que se todas as rachaduras ao redor de todas as portas fossem somadas, elas seriam iguais a um buraco do tamanho de uma bola de basquete na parede da sala de estar. “E se você tivesse um buraco desse tamanho na parede, não gostaria de remendá-lo? Isso é o que a vedação faz. ” Auditores treinados para usar essa linguagem animada aumentaram sua eficácia em quatro vezes. Enquanto anteriormente apenas 15% dos proprietários tinham feito o trabalho recomendado, depois que os auditores começaram a usar uma linguagem mais vívida, 61% dos proprietários o fizeram.

Como a maioria das pessoas é mais profundamente influenciada por um exemplo pessoal do que por uma abundância de dados estatísticos, a história do Taco Loco de seu amigo ou a ideia de um buraco do tamanho de uma bola de basquete em sua sala provavelmente será extraordinariamente poderoso. Sem dúvida, esse é um dos motivos pelos quais os depoimentos (“Perdi 18 quilos com Jenny Craig!”) São tão eficazes, mesmo quando acompanhados de isenções de responsabilidade estatística (“Esses resultados podem não se aplicar a todos”). É também a razão pela qual lobistas profissionais são treinados em como persuadir membros do Congresso a votar em algum projeto de lei: Não apresente muitas estatísticas, eles são avisados; apenas conte uma história emocionante sobre um indivíduo.

Apelos à identidade Um persuasor pode nos levar a fazer coisas se essas coisas ressoarem em nossa auto-identidade. Um dos exemplos mais charmosos vem de uma campanha publicitária de grande sucesso que o estado do Texas desenvolveu para fazer com que seus cidadãos parassem de jogar lixo no lixo. (A campanha foi direcionada especialmente para homens de 18 a 35 anos de idade, que eram os mais propensos a jogar garrafas e outras porcarias pela janela de seus carros.) Em vez de colocar placas dizendo "Não jogue lixo", o Texas O Departamento de Transportes elaborou um slogan que explorava o orgulho e o senso de resistência da fronteira, não pise em mim, pelo qual os texanos são conhecidos: *Não bagunce o Texas.* A frase foi exibida com destaque em rodovias, televisão, rádio e anúncios impressos - e funcionou. O lixo nas rodovias do Texas caiu cerca de 72% entre 1986 e 1990.[77]

Invocar a identidade de uma pessoa pode, portanto, ter efeitos sutis, mas poderosos. Christopher Bryan e seus colegas[78] mostraram que as pessoas têm muito mais probabilidade de votar se você mudar a formulação de uma pergunta da pesquisa pré-eleitoral de uma sobre ação ("Qual a importância de você *votar* nas próximas eleições?") Para outra sobre o cumprimento de uma identidade que as pessoas aprovam (“Qual a importância de você *ser eleitor* nas próximas eleições?”). Da mesma forma, as crianças ajudaram mais quando lhes perguntaram "Quem quer ser um ajudante?" em vez de

"Quem quer ajudar?" Esses rótulos também podem reduzir o mau comportamento. E, como vimos no Capítulo 3 , as pessoas trapaceiam menos quando avisadas com o aviso “Não seja um trapaceiro”, em vez de serem solicitadas a não trapacear. Ao fazer as pessoas pensarem em uma ação - boa ou má - em termos de sua identidade mais ampla, elas veem a ação como algo central para quem são, e não como uma ação ocasional. Esse é o poder da identidade.[79]

Argumentos unilaterais versus dois lados Suponha que você esteja prestes a fazer um discurso para tentar persuadir o público de que a pena capital é necessária. Você persuadiria mais pessoas se apenas declarasse sua opinião e ignorasse os argumentos contra a pena capital, ou seria mais persuasivo se discutisse os argumentos opostos e tentasse refutá-los?

Antes de tentar responder a essa pergunta, vejamos o que está envolvido. Se um comunicador mencionar os argumentos da oposição, isso pode indicar que ele ou ela é uma pessoa objetiva e justa; isso poderia aumentar a confiabilidade do palestrante e, assim, aumentar sua eficácia. Mas se um comunicador mencionaos argumentos do outro lado da questão, pode sugerir ao público que a questão é controversa; isso poderia confundi-los, fazê-los vacilar e, em última análise, reduziria o poder de persuasão da comunicação. E, de fato, não existe uma relação simples entre argumentos unilaterais e sua eficácia. Se os membros da audiência estiverem bem informados sobre o assunto, menos provável será que sejam persuadidos por um argumento unilateral e mais provável que sejam persuadidos por um argumento que traga à tona os argumentos opostos importantes e, em seguida, proceda para refutá-los . Isso faz sentido: é mais provável que uma pessoa bem informada conheça alguns dos contra-argumentos. Quando o comunicador evita mencioná-los, os membros bem informados da audiência provavelmente concluirão que o comunicador está sendo injusto ou é incapaz de refutá-los. Em contraste, uma pessoa desinformada sabe pouco ou nada sobre argumentos opostos, então é provável que seja persuadida pelo lado que ouve; se ouvirem o contra-argumento, podem ficar confusos sobre com qual posição concordar.

Outro fator é a posição inicial do público. Se o público já está predisposto a acreditar no argumento do comunicador, uma apresentação unilateral tem um impacto mais forte em sua opinião do que uma apresentação bilateral. Se, no entanto, o público se inclina na direção oposta, uma refutação bilateral é mais persuasiva.[80] A maioria dos políticos está bem ciente desse fenômeno, e é por isso que eles tendem a apresentar tipos de discursos muito diferentes, dependendo do público. Ao falar com os fiéis do partido, eles quase invariavelmente apresentam um conjunto de argumentos angustiantes a favor de sua própria plataforma e candidatura partidária. Se eles mencionam a oposição, é em um tom zombeteiro. Mas quando estão aparecendo na televisão ou falando para um público de lealdades mistas, eles tendem a assumir uma posição mais diplomática, dando à visão oposta uma exibição razoavelmente precisa antes de proceder à sua demolição.

O tamanho da discrepância entre o comunicador e o público Suponha que você esteja conversando com pessoas que discordam veementemente de seu ponto de vista. Você será mais eficaz se apresentar sua posição em sua forma mais extrema ou se modular sua posição apresentando-a de uma forma que não pareça terrivelmente diferente da posição de seu público?

Digamos que você acredite que as pessoas devam se exercitar vigorosamente todos os dias para se manterem saudáveis; qualquer atividade física seria útil, mas empelo menos uma hora seria preferível. Seu público consiste em professores universitários que parecem acreditar que virar as páginas de um livro é um exercício suficiente para a pessoa média. Você estaria mais propenso a mudar a opinião deles argumentando que eles deveriam começar um rigoroso programa diário de corrida, musculação e ioga ou sugerindo um regime mais breve e menos cansativo? Qual é o nível de discrepância mais eficaz entre a opinião do público e a recomendação do comunicador? Esta é uma questão vital para qualquer propagandista ou educador.

A princípio, a resposta parecia óbvia: quanto maior a discrepância, maior deveria ser a mudança de opinião. Essa linha de raciocínio sugeriria que o comunicador deveria defender o programa diário de exercícios rigorosos; quanto maior a discrepância com o comportamento dos ouvintes, mais eles deveriam mudar de opinião. Na verdade, vários pesquisadores descobriram que essa relação linear é verdadeira. Philip Zimbardo[81] mulheres universitárias recrutaram para um experimento, pedindo a cada uma para trazer uma amiga íntima com ela para o laboratório. A cada dupla de amigos foi apresentado um estudo de caso de uma adolescente que cometeu um crime e, em seguida, cada uma das participantes foi solicitada, separadamente e em particular, a indicar suas recomendações sobre o assunto. Cada participante foi levado a acreditar que seu amigo íntimo discordava dela - por uma pequena margem ou por uma margem extremamente grande. Zimbardo descobriu que quanto maior a aparente discrepância, mais os participantes mudavam suas opiniões em relação ao que supunham ser a opinião de seus amigos.

No entanto, alguns experimentos falharam em apoiar esse resultado. James Whittaker[82] encontraram uma relação curvilínea entre discrepância e mudança de opinião. Por *curvilíneo* , quero dizer que, à medida que uma pequena discrepância aumentava um pouco, o grau de opinião também mudava; mas à medida que a discrepância continuou a aumentar, a mudança de opinião começou a diminuir; e, finalmente, à medida que a discrepância se tornou grande, a quantidade de mudança de opinião tornou-se muito pequena. Quando a discrepância era muito grande, quase nenhuma mudança de opinião foi observada.

Intrigado com esta descoberta, Carl Hovland, OJ Harvey e Muzafer Sherif[83] argumentou que se uma comunicação em particular difere muito de sua própria posição - se for, na verdade, fora de sua *latitude de aceitação* - você não será muito influenciado por ela. Em seu experimento, a comunicação foi baseada em uma questão candente, sobre a qual os participantes se sentiram fortemente: se seu estado deveria permanecer "seco" ou "molhado" - isto é, se deveriam ou não mudar olei que proíbe a distribuição e venda de bebidas alcoólicas. Os eleitores naquele estado estavam divididos sobre esta questão, e os participantes formavam uma amostra representativa: alguns achavam fortemente que o estado deveria permanecer seco, outros achavam fortemente que deveria molhar e o resto assumiu uma posição moderada. Os participantes foram divididos em grupos de pessoas que refletiam as três posições e, em seguida, apresentaram argumentos que sustentavam uma das três opiniões: uma mensagem “molhada”, que defendia a venda ilimitada e irrestrita de bebidas alcoólicas; uma mensagem “seca”, que defendia a proibição total; e uma mensagem moderadamente “molhada”, que argumentava que era

permitido beber um pouco, mas com certos controles e restrições. Assim, cada grupo consistia em participantes que consideraram a comunicação próxima de sua própria posição, moderadamente discrepante de sua própria posição e extremamente discrepante de sua própria posição. A maioria das mudanças de opinião ocorreu quando houve uma discrepância *moderada* entre a mensagem e a opinião de membros individuais.

Para um cientista, essa é uma situação empolgante. Quando um número significativo de resultados de pesquisas aponta em uma direção e um número substancial aponta em uma direção diferente, isso não significa necessariamente que alguém esteja errado; em vez disso, sugere que há um fator significativo que não foi levado em consideração - e isso é realmente empolgante, pois dá ao cientista a oportunidade de bancar o detetive. É por isso que quero insistir nessa questão - não apenas por seu valor substantivo, mas também porque fornece uma oportunidade de demonstrar o aspecto aventureiro da psicologia social como ciência.

Existem duas maneiras de prosseguir com este jogo de detetive. Podemos começar reunindo todos os experimentos que mostram um resultado e todos aqueles que mostram o outro resultado e então (lupa imaginária em mãos) escrutinando-os meticulosamente, procurando o fator comum aos experimentos do grupo A e ausente no grupo B A seguir, podemos tentar determinar, conceitualmente, por que esse fator deve fazer a diferença. Ou podemos começar especulando sobre qual fator ou fatores podem fazer a diferença; então podemos dar uma olhada na literatura existente, com esta lanterna conceitual em mãos, para ver se aqueles do grupo A diferem daqueles do grupo B nesta dimensão.

Como cientista, minha preferência pessoal é pelo segundo modo. Conseqüentemente, com meus alunos Judith Turner e Merrill Carlsmith, comecei a especular sobre quais fatores podem fazer a diferença. Começamos aceitando a noção de que quanto maior odiscrepância, maior será o desconforto para os membros da audiência. Mas, raciocinamos, isso não significa necessariamente que os membros de uma audiência mudarão de opinião.

Considere esta situação do ponto de vista do público. Como vimos ao discutir a dissonância cognitiva (Capítulo 3), quando chega alguém que discorda de nós, isso nos deixa desconfortáveis porque sugere que nossas opiniões ou ações podem estar erradas ou baseadas em desinformação - ou talvez, Deus nos livre, que nós ' re incompetente ou tolo. Quanto maior for a lacuna entre o que a outra pessoa diz e o que acreditamos, maior será a nossa dissonância. Como os indivíduos podem reduzir essa dissonância? Existem pelo menos três maneiras: (1) eles podem mudar sua opinião; (2) eles podem buscar apoio para sua opinião original encontrando outras pessoas que compartilham seus pontos de vista, apesar do que o comunicador diz; ou (3) podem menosprezar o comunicador - convencer-se de que a pessoa é incompetente, imoral ou um idiota tagarela - e, assim, invalidar sua opinião. Tecnicamente, há uma quarta maneira - eles podem induzir o *comunicador* a mudar sua opinião - mas isso não é possível se a mensagem for entregue por alguém que não seja acessível (na televisão, online ou em uma palestra).

Em que circunstâncias um indivíduo acharia fácil ou difícil escolher a opção 3 e denegrir o comunicador? Seria difícil fazer isso com um amigo pessoal querido e respeitado; também

seria difícil demitir alguém que é um especialista altamente confiável no assunto em discussão. Mas se a credibilidade do comunicador fosse questionável, previmos que denegrir ou dispensar essa pessoa seria o caminho que a maioria das pessoas tomaria - *especialmente* se sua opinião fosse extremamente diferente da do ouvinte. Quanto mais divergente for a posição do comunicador em relação ao público, mais o público poderá começar a questionar sua sabedoria, inteligência e sanidade. E quanto mais eles questionam sua sabedoria, inteligência e sanidade, menos provável que sejam influenciados.

Voltemos ao nosso exemplo envolvendo exercícios físicos: imagine um homem de 73 anos que acabou de ganhar a Maratona de Boston. Se ele me dissesse que uma boa maneira de ficar em forma e viver uma vida longa e saudável era fazer exercícios vigorosos por pelo menos duas horas todos os dias, eu acreditaria nele. Rapaz, eu acreditaria nele! Ele obteria muito mais exercícios de mim do que se sugerisse que eu deveria exercitar-me apenas 10 minutos por dia. Mas suponha que uma pessoa menos confiável, como umO treinador de atletismo do colégio sugeriu que eu me exercitasse 10 minutos por dia. Desta vez, sua sugestão estaria dentro de minha própria latitude de aceitação e ele poderia influenciar minha opinião e comportamento. Mas se ele me aconselhou a embarcar em um programa de exercícios vigorosos que requerem duas horas por dia, eu estaria inclinado a descartá-lo como um charlatão ou um louco por saúde - e eu poderia continuar confortavelmente sendo preguiçoso. Portanto, eu concordaria com Hovland, Harvey e Sherif: as pessoas considerarão uma comunicação extremamente discrepante como estando fora de sua latitude de aceitação - mas apenas se o comunicador não for altamente confiável.

Armados com essas especulações, Turner, Carlsmith e eu examinamos os experimentos existentes sobre essa questão, prestando atenção especial às maneiras como o comunicador foi descrito. Vejam só, descobrimos que cada um dos experimentos mostrando uma relação linear direta entre discrepância e mudança de opinião descreveu a fonte da comunicação como mais confiável do que aqueles cujos resultados mostraram uma relação curvilínea. Isso confirmou nossas especulações sobre o papel da credibilidade.

Mas não paramos por aí: construímos um experimento no qual investigamos sistematicamente o tamanho da discrepância e a credibilidade do comunicador dentro de um projeto de pesquisa.[84] Nesse experimento, as universitárias foram solicitadas a ler várias estrofes da obscura poesia moderna e classificá-las em termos de quão boas eram. Em seguida, cada mulher foi convidada a ler uma crítica da poesia moderna que mencionasse especificamente uma estrofe que ela havia classificado como pobre. Para alguns participantes, o ensaísta descreveu essa estrofe em particular em termos brilhantes; isso criou uma grande discrepância entre a opinião do comunicador e a opinião expressa pelos alunos. Para os outros participantes, o ensaísta foi apenas ligeiramente favorável na maneira como descreveu a estrofe; isso criou uma discrepância moderada entre o ensaísta e os alunos. Em uma terceira condição, o ensaísta era levemente desdenhoso no tratamento da estrofe, o que colocava os destinatários desta comunicação em uma situação de ligeira discrepância. Finalmente, para metade das mulheres no

experimento, o escritor do ensaio foi identificado como o renomado poeta TS Eliot; para a outra metade, o escritor foi identificado como um estudante universitário.

Agora todas as mulheres classificaram as estrofes mais uma vez. Quando pensaram que Eliot havia escrito o ensaio, ele teve a maior influência em sua avaliação, quando sua avaliação da estrofe foi *mais* discrepante da deles. Quando eles pensaram que um colega estudante de credibilidade média era o ensaísta, suas opiniões produziram poucas mudanças de opiniãoquando era ligeiramente discrepante da opinião dos alunos, mais mudança quando era moderadamente discrepante, e apenas uma pequena mudança de opinião quando era extremamente discrepante.

O que, então, podemos concluir sobre a interação entre a credibilidade de um comunicador e as crenças do público? Quando os comunicadores têm alta credibilidade, é mais provável que o público seja persuadido por seus argumentos se houver uma *grande* discrepância entre a visão do comunicador e a do público. Mas quando os comunicadores têm baixa credibilidade, a única maneira de fazer com que o público acompanhe é se sua visão for apenas *moderadamente* diferente da do público.

Características do público

As pessoas diferem; alguns são mais difíceis de persuadir. Além disso, como vimos, o tipo de comunicação que atrai uma pessoa pode não atrair outra. Já observei que a quantidade de conhecimento, habilidade e motivação que os membros do público possuem, bem como suas opiniões anteriores, desempenharão papéis importantes para determinar se uma comunicação bilateral será mais eficaz do que uma comunicação unilateral.

Personalidade e política Que efeito a personalidade de um indivíduo tem em sua abertura para ser persuadido? Um traço de personalidade que está mais consistentemente relacionado à persuasibilidade é a auto-estima. Indivíduos que se sentem inadequados são mais facilmente influenciados por uma comunicação persuasiva do que aqueles que se consideram muito bem.[85] Isso parece bastante razoável; afinal, se as pessoas não gostam de si mesmas, segue-se que elas não valorizam muito suas próprias idéias e têm menos confiança em suas convicções. Conseqüentemente, se suas idéias forem desafiadas, eles podem estar dispostos a desistir delas. Se Emily, que tem alta auto-estima, ouve uma comunicação que diverge de sua própria opinião, ela deve decidir se tem mais chance de estar certa se mudar de opinião ou se mantiver firme. Ela pode experimentar ainda mais conflito se estiver em desacordo com um comunicador altamente confiável. Mas se ela tiver baixa auto-estima, ela sentirá pouco ou nenhum conflito. Como ela não pensa muito sobre si mesma, provavelmente acredita que tem uma chance melhor de estar certa se concordar com o comunicador.

Qualquer um que esteja acordado hoje em dia sabe que republicanos e democratas parecem discordar na maioria das questões - e nenhum dos lados parece ser persuadido pelo outro. Por quê? Depois de analisar os dados de 44 anos de estudos e mais de 22.000 pessoas nos Estados Unidos e na Europa, John Jost e seus associados[86] concluíram que essas divergências não são simplesmente disputas filosóficas sobre como, digamos, acabar com a pobreza ou consertar escolas; eles refletem diferentes formas de pensar, diferentes níveis de tolerância à incerteza e traços essenciais de

personalidade, razão pela qual conservadores e liberais geralmente não são persuadidos pelos mesmos tipos de argumentos.

Como resultado de tais evidências, alguns psicólogos evolucionistas afirmam que os sistemas de crenças ideológicas podem ter evoluído nas sociedades humanas para serem organizados ao longo de uma dimensão esquerda-direita, consistindo em dois conjuntos básicos de atitudes: (1) se uma pessoa defende a mudança social ou apóia o sistema como ele é, e (2) se uma pessoa pensa que a desigualdade é resultado de políticas humanas e pode ser superada ou é inevitável e deve ser aceita como parte da ordem natural.[87] Psicólogos evolucionistas apontam que ambos os conjuntos de atitudes teriam tido benefícios adaptativos ao longo dos milênios: o conservadorismo teria promovido estabilidade, tradição, ordem e os benefícios da hierarquia, enquanto o liberalismo teria promovido rebeldia, mudança, flexibilidade e os benefícios de igualdade.[88] conservadores preferem o familiar; os liberais preferem o incomum. Cada sociedade, para sobreviver, teria se saído melhor com os dois tipos de cidadãos, mas você pode ver por que liberais e conservadores discutem tão emocionalmente sobre questões como desigualdade de renda e casamento gay. Eles não estão apenas discutindo sobre a questão específica, mas também sobre suposições e valores subjacentes que emergem de seus traços de personalidade.

É importante ressaltar que essas são tendências gerais. A maioria das pessoas desfruta de estabilidade e mudança em suas vidas, talvez em proporções diferentes em idades diferentes; muitas pessoas mudarão de ideia em resposta a novas situações e experiências, como foi o caso na aceitação do casamento gay; e até há relativamente pouco tempo na sociedade americana, a maioria dos membros de ambos os partidos políticos estava disposta a se comprometer e buscar um terreno comum na aprovação de legislação. Ainda assim, essas diferenças na orientação básica ajudam a explicar o fato frustrante de que liberais e conservadores raramente conseguem ouvir uns aos outros, muito menos mudar a opinião uns dos outros.

O humor e a mentalidade do público Outro fator que afeta a forma como o público vai reagir à mensagem de um comunicador é o seuEstado de espírito. Robert Cialdini, que estudou persuasão em laboratório e trabalhando com especialistas em vendas e persuasão, argumenta que a maneira como você *prepara as* pessoas para uma mensagem persuasiva é um fator crítico para saber se a persuasão funciona: “Ao orientar a atenção preliminar estrategicamente, é possível que um comunicador para fazer com que os destinatários concordem com uma mensagem antes que eles a experimentem. ”[89] Por exemplo, em um estudo, quando pesquisadores abordaram indivíduos e pediram ajuda com uma pesquisa de marketing, apenas 29% concordaram em participar. Mas quando os pesquisadores abordaram indivíduos e precederam esse pedido com um simples: “Você se considera uma pessoa prestativa?”, 77,3 por cento depois se ofereceram como voluntários. Por quê? Quando questionados antes da solicitação se eles foram úteis, quase todos responderam que sim. Então, quando o pedido foi feito, a maioria concordou em participar para ser consistente com a identidade recentemente ativada de si mesmos como pessoas prestativas. Como as pessoas gostam de se ver como úteis, fica difícil - desperta a dissonância - responder sim e depois se recusar a

ajudar. (Você vai reconhecer isso como um exemplo do paradigma da hipocrisia, descrito no Capítulo 3.)

Os ouvintes também são mais receptivos a uma comunicação persuasiva se estiverem bem alimentados, relaxados, felizes e se sentindo bem consigo mesmos. As pessoas que puderam comer alimentos de que gostavam enquanto liam uma mensagem persuasiva são mais influenciadas pelo que leram do que as pessoas em um grupo de controle (sem alimentação),[90] e estar de bom humor pode tornar as pessoas mais vulneráveis à persuasão, tornando-as menos críticas.[91] Geoffrey Cohen, Joshua Aronson e Claude Steele[92] descobriram que as pessoas que receberam algum feedback de auto-afirmação (descobrindo que são queridas no campus) eram significativamente mais receptivas a argumentos persuasivos que atacavam suas crenças.

Por outro lado, os membros de uma audiência podem ser menos receptivos e menos persuadíveis. Uma maneira é simplesmente avisá-los sobre o que está por vir.[93] Quando eu era jovem, os apresentadores de TV paravam no processo e diziam: “E agora, uma mensagem de nosso patrocinador”. Mesmo assim, pensei que o anúncio tornaria a mensagem do patrocinador menos persuasiva do que teria sido se o programa tivesse surgido sem prólogo. A advertência parece dizer: “Cuidado, vou tentar persuadi-lo”, e as pessoas tendem a responder organizando defesas contra a mensagem. Esse fenômeno foi demonstrado em um experimento de Jonathan Freedman e David Sears.Disseram a [94] adolescentes que ouviriam uma palestra intitulada “Por que os adolescentes não devem ter permissão para dirigir”. Dez minutos depois, o orador apresentou a eles um discurso preparado. Em um controlecondição, ele deu a mesma palestra sem aviso prévio de 10 minutos. Os adolescentes na condição de controle ficaram mais completamente convencidos com o que ele disse do que aqueles que haviam sido avisados.

Resistindo à Propaganda e à Persuasão

Vamos terminar este capítulo como começamos, pensando em todas as técnicas e tecnologias agora em uso para nos persuadir a comprar algo, acreditar em alguma afirmação ou fazer algo para melhorar nossas vidas. Felizmente, embora todos nós possamos ser influenciados por métodos dos quais geralmente não temos conhecimento - notadamente, a batida familiar da repetição, a evocação do medo ou apelos a aspectos de nossas identidades que mais importam para nós - nós, seres humanos, não somos esponjas, absorvendo passivamente tudo o que é derramado em nós. Queremos manter nosso senso de controle e proteger nosso senso de liberdade.

De acordo com a teoria da **reatância** de Jack Brehm ,[95] quando nosso senso de liberdade é ameaçado, tentamos restaurá-lo. Você já foi advertido severamente para não fazer algo - “Não toque neste prato quente! Não saia com essa pessoa! Não fume grama! ” - e então prontamente o fez de qualquer maneira? Isso é reatância. Quando as pessoas pensam que a mensagem de alguém é muito gritante ou coercitiva, interferindo assim em sua liberdade de escolha, elas provavelmente ativam suas defesas para resistir a ela. Por exemplo, se entro em uma loja apenas para dar uma olhada e um vendedor agressivo me diz que *devo* experimentar essa loção pós-barba ou que *devo* dar uma olhada em sua linha de camisas novas da moda, minha primeira reação é reafirmar minha independência saindo da loja.

reatância:

quando nosso senso de liberdade é ameaçado e tentamos restaurá-lo

Estudos demonstraram reatância em uma ampla gama de atividades. Em um deles, na tentativa de fazer as pessoas pararem de escrever graffiti nas paredes do banheiro, os pesquisadores colocaram uma das duas placas nos banheiros:[96] “Não escreva nestas paredes em nenhuma circunstância” ou “Por favor, não escreva nestas paredes.” Os pesquisadores voltaram duas semanas depois e observaram quantas pichações haviam sido escritas no intervalo. Conforme previsto, um número significativamente maior de pessoas escreveu graffiti quando o sinal “Não escreva…” instruiu-as a não fazê-lo, do que com o sinal “Por favor, não escreva…”. Da mesma forma, os fumantes que recebem advertências severas dizendo-lhes para não fumarem, normalmente respondem acendendo um cigarro em protesto.[97]

Ou suponha que, ao caminhar pela rua, você seja educadamente convidado a assinar uma petição. Você não sabe muito sobre o problema e, conforme ele está sendo explicado para você, outra pessoa se aproxima eo aconselha vigorosamente a não assinar. A teoria da reatância prevê que, para neutralizar essa pressão e reafirmar a liberdade de escolha, é mais provável que você assine. Este cenário foi realmente encenado por Madeline Heilman,[98] que descobriram que, na maioria das circunstâncias, quanto mais intensas as tentativas de *impedir as* pessoas de assinarem a petição, maior a probabilidade de elas assinarem.

É claro que, como vimos no Capítulo 4 , as pessoas podem ser (e são) influenciadas a obedecer às pressões sociais implícitas, como no experimento Asch. Mas quando essas pressões são tão flagrantes que ameaçam o sentimento de liberdade das pessoas, elas não apenas resistem a elas, mas tendem a reagir na direção oposta. Na verdade, todas as outras coisas sendo iguais, quando confrontadas com informações que vão contra crenças importantes, as pessoas tendem, sempre que possível, a inventar contra-argumentos na hora. Dessa forma, eles são capazes de evitar que suas opiniões sejam indevidamente influenciadas e proteger seu senso de autonomia.

Em um nível pessoal, portanto, a reatância nos leva a contra-atacar ordens ou instruções que nos dizem como devemos *nos* comportar. Mas existe uma maneira melhor e mais cuidadosa de resistir à persuasão. Já vimos que uma apresentação frente e verso, prós e contras, é mais eficaz para convencer a maioria do público do que uma apresentação unilateral. Expandindo esse fenômeno, William McGuire e seus associados desenvolveram o que chamaram de **efeito de inoculação** :[99] Quando as pessoas recebem uma breve comunicação que podem então refutar, elas tendem a ser "imunizadas" contra uma subsequente apresentação completa do mesmo argumento, da mesma forma que uma pequena quantidade de um vírus enfraquecido imuniza as pessoas contra um ataque completo por aquele vírus. Ao tomar “pequenas doses” de argumentos contra sua posição (ataques moderados), as pessoas se tornam imunes a argumentos posteriores mais poderosos contra suas opiniões originais. Em contraste, se as pessoas não pensaram muito sobre a questão - isto é, se formaram suas atitudes por meio da rota periférica, como por meio de emoções, familiaridade ou pares - elas são particularmente suscetíveis a um ataque direto à sua posição. Eles não terão prática em

defender seus pontos de vista. É por isso que um experimento descobriu que inocular as pessoas com os fatos sobre o 11 de setembro aumentou sua resistência à subsequente propaganda da teoria da conspiração sobre essa tragédia.[100]

efeito de inoculação:

o processo de tornar as pessoas imunes às tentativas de mudar suas atitudes, inicialmente expondo-as a pequenas doses de argumentos contra sua posição

A inoculação aumenta nossa resistência à persuasão posterior porque ficamos motivados a defender nossas crenças e ganhamos alguma prática em defendê-las ao ser forçados a examinar por que as mantemos. É claro que, às vezes, estar aberto a críticas e um argumento fundamentado da oposição pode levar a uma alternativa melhor: mudar de ideia! O ponto mais amplo, em minha opinião, é crucial para o próprio propósito da educação: se quisermos diminuir o impacto da propaganda simplista, não há substituto para a livre investigação de idéias de todos os tipos. A pessoa que é mais fácil de fazer uma lavagem cerebral é aquela cujas crenças são baseadas em slogans que nunca foram seriamente questionados.

Para mim, o resultado desta pesquisa é que ter nossas ideias desafiadas pode ter grandes benefícios - seja nos convencendo de que algumas de nossas crenças queridas podem estar erradas, seja nos forçando a pensar sobre as razões de nossas crenças e entender essas razões em um nível mais profundo do que jamais havíamos feito antes. É por isso que fiquei triste ao ler as histórias de protestos em campi universitários contra oradores considerados “racistas” ou “sexistas” ou qualquer outro “ista”. Esses oradores podem ser preconceituosos, mas também podem ser pessoas que simplesmente discordam de seus manifestantes em alguns aspectos, mas não em todos. Como alguém saberia até ouvi-los falar livremente? Como mostra a pesquisa sobre persuasão neste capítulo, proibir as pessoas de falar não leva a nada; não ensina os manifestantes a reunir argumentos persuasivos para sua posição, não persuade a pessoa cujas opiniões divergem e não ajuda a resolver mal-entendidos e falhas de comunicação culturais.

Meu trabalho como psicólogo social e professor *me* convence de que é vital - especialmente em campi universitários - convidar palestrantes que discordem das crenças e atitudes predominantes do corpo discente, mesmo que muitos alunos considerem esses argumentos ofensivos. Gritar e silenciar não persuadem ninguém de nada. Lisa Feldman Barrett, uma psicóloga que estuda a neurociência da emoção, conta uma história que eu acho que capta lindamente a diferença entre discurso *desagradável* e discurso *abusivo* :

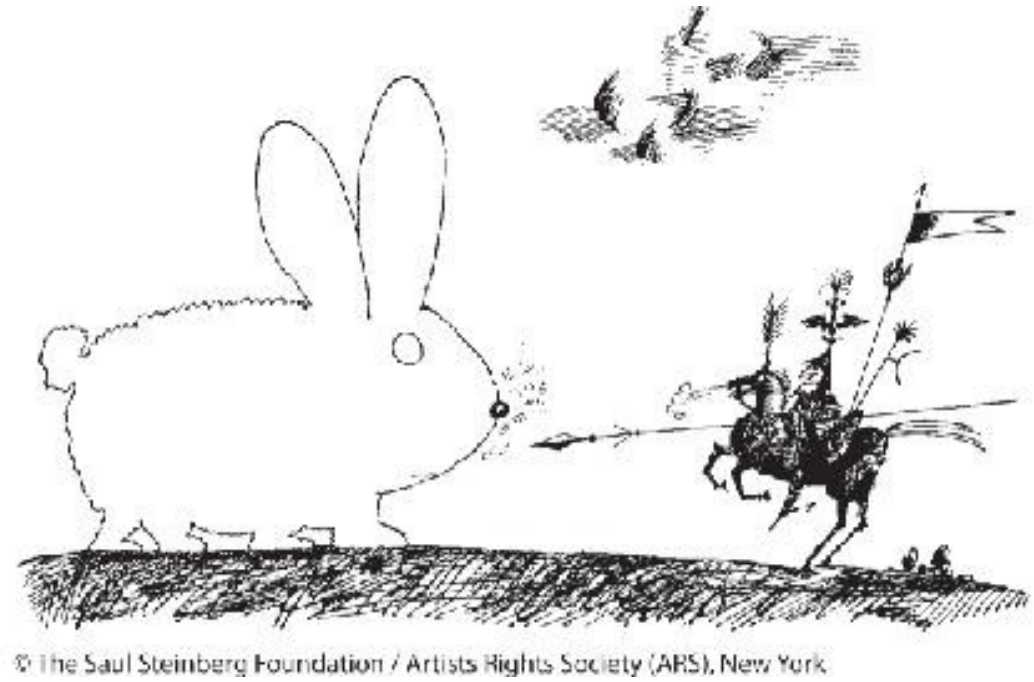
Aceitar a perspectiva desagradável de outra pessoa pode ser educativo. No início da minha carreira, ministrei um curso que abrangia o movimento eugênico, que defendia a criação seletiva de humanos. A eugenia, por sua vez, tornou-se uma justificativa científica para o racismo. Para ajudar meus alunos a entender essa parte feia da história científica, designei-os para debater seus prós e contras. Os alunos recusaram. Ninguém estava disposto a argumentar, mesmo como parte de um exercício em sala de aula, que certas raças eram geneticamente superiores a outras. Então, alistei um membro do corpo docente afro-americano em meudepartamento para argumentar a favor da eugenia enquanto eu argumentava contra; no meio do debate, trocamos de lado. Estávamos modelando para os alunos um princípio fundamental de uma educação universitária,

assim como da sociedade civil: quando você é forçado a assumir uma posição da qual discorda fortemente, você aprende algo sobre a outra perspectiva, além da sua própria. O processo é desagradável, mas é um bom tipo de estresse ... e você colherá os benefícios de longo prazo do aprendizado. [101]

Em contraste, provocadores, propagandistas e odiadores - como os defensores da Ku Klux Klan e outros grupos de supremacia branca - estão se envolvendo em linguagem *abusiva* . Eles não estão remotamente interessados em educar ninguém ou debater suas idéias, então não há razão para convidá-los para falar em uma instituição educacional. Mas eles não devem ser colocados na mesma categoria que os estudiosos sérios dos quais discordamos, como o cientista político Charles Murray, que há muito argumenta que os fatores genéticos ajudam a explicar as disparidades raciais nas pontuações de QI. Esse argumento ofende muita gente, mas é uma hipótese empírica que pode ser debatida e seus dados examinados. E esse processo, por sua vez, pode levar - e tem levado - a uma investigação experimental adicional para determinar por que Murray obteve os resultados que obteve e se outras explicações poderiam explicá-los. Na ciência, não podemos dizer: “Não gosto das suas descobertas porque vão contra os meus valores!” e sai da sala, batendo a porta atrás de nós. Somos obrigados a usar *evidências* para argumentar por que pensamos que eles estão errados. No Capítulo 7, você verá como os argumentos de Murray foram contestados por psicólogos sociais como Claude Steele e Joshua Aronson e por geneticistas como Richard Lewontin.

John Stuart Mill acertou o alvo quando, em seu famoso ensaio "Sobre a liberdade" de 1859, afirmou que devemos permitir a expressão de idéias de que não gostamos porque podem conter algum grão de verdade que pode questionar e talvez até corrigir o convencional predominante sabedoria ou, pelo menos, nos motivar a reexaminar a sabedoria das crenças a que sempre aderimos. Ou, como disse o juiz da Suprema Corte Louis Brandeis, quando confrontamos ideias baseadas em "falácias e falsidades", devemos lembrar que "o remédio a ser aplicado é mais discurso, não silêncio forçado". A educação às vezes é inquietante - como deveria ser.

6 **Agressão Humana**



Saul Steinberg, *desenho sem título* , tinta sobre papel.

Originalmente publicado na *The New Yorker* , 18 de janeiro de 1964.

A pessoa no cavalo está usando um boné com sotaque em forma de pássaro. Uma bandeira em um mastro e uma haste com um braço em forma de C e pontas no topo também são vistas atrás do piloto.

Muitos anos atrás, no auge da guerra desastrosa que nosso país estava travando no sudeste da Ásia, eu assistia ao noticiário na televisão. O âncora (o inimitável Walter Cronkite) relatava um incidente no qual aviões americanos lançaram napalm em uma vila no Vietnã do Sul, considerada uma fortaleza vietcongue. Meu filho Hal, que tinha cerca de 10 anos na época, perguntou animadamente: "Ei, pai, o que é napalm?"

“Oh”, respondi casualmente, “pelo que entendi, é um produto químico que queima as pessoas; também gruda, de modo que, se entrar em contato com a pele, você não poderá removê-lo. ” E continuei assistindo ao noticiário.

Poucos minutos depois, eu olhei para Hal e vi lágrimas escorrendo por seu rosto. Atingido por sua dor e tristeza, fiquei consternado quando comecei a me perguntar o que tinha acontecido comigo. Teria ficado tão brutalizado a ponto de poder responder à pergunta de meu filho com tanta naturalidade - como se ele tivesse me perguntado como é feita uma bola de beisebol ou como funciona uma folha? Eu tinha me acostumado tanto com a brutalidade humana que poderia ser casual em sua presença?

Em certo sentido, não é surpreendente. As pessoas da minha geração viveram uma era de horrores indescritíveis: o Holocausto na Europa, o lançamento de bombas atômicas em Hiroshima e Nagasaki, a Guerra da Coréia e as guerras no Sudeste Asiático e no Oriente Médio, para citar alguns. Nos anos seguintes, também testemunhamos infindáveis guerras civis na América Central; o massacre de mais de um milhão de civis nos campos de extermínio do Camboja; “Limpeza étnica” na Bósnia; os banhos de sangue em Ruanda, Sudão,e Argélia; os ataques suicidas de 11 de setembro em nosso próprio solo e as retaliações americanas no Afeganistão e no Iraque; e assim por diante. Por mais

terríveis que sejam esses eventos, os assassinatos em massa certamente não são peculiares à nossa era. Certa vez, um amigo me mostrou um livro muito fino - com apenas 10 ou 15 páginas - que pretendia ser uma cápsula da história do mundo, uma lista cronológica dos eventos importantes da história registrada. Você consegue adivinhar como é? Claro, uma guerra após a outra, interrompida de vez em quando por alguns eventos não violentos, como o nascimento de Jesus e a invenção da imprensa. Que espécie de espécie somos nós se os eventos mais importantes na breve história da humanidade são situações em que as pessoas se matam em massa?

Além disso, nós, americanos, demonstramos uma aceitação assustadora da violência que às vezes parece totalmente absurda e estúpida. Quando aviões de guerra dos EUA bombardearam a Líbia em retaliação ao aumento dos atos de terrorismo naquele país, impressionantes 71% dos nossos cidadãos aprovaram essa ação militar, embora apenas 31% acreditassem que a operação seria eficaz para conter o terrorismo futuro.[1] O que mais podemos concluir senão que um número substancial de americanos considera os atos de pura vingança uma parte aceitável da política externa dos EUA? Com certeza, a maioria dos cidadãos na maioria dos países apóia as guerras que seus governos lançam. Mas os americanos lideram as nações desenvolvidas da Terra em tolerar o fato surpreendente de que um tiroteio em massa - definido como pelo menos quatro vítimas - ocorre *diariamente* neste país, e mais de 100.000 pessoas morrem de violência armada a cada ano (que inclui assassinatos, agressões, suicídios, acidentes e mortes por intervenção policial).[2]

Defino **agressão** como uma ação intencional que visa causar dano ou causar dor física ou psicológica. A ação pode ser física ou verbal. Quer tenha sucesso em seu objetivo ou não, ainda é agressão. Assim, se um amigo zangado atirar uma garrafa de cerveja na sua cabeça e você se abaixar, fazendo com que a garrafa perca o alvo, ainda é um ato agressivo. O importante é a intenção do seu amigo. Mas se um motorista bêbado atropela você sem querer enquanto você tenta atravessar a rua, não é um ato de agressão, mesmo que o dano que você sofreu seja muito maior do que o causado pela garrafa de cerveja que perdeu.

agressão:

ação intencional com o objetivo de causar dano ou causar dor física ou psicológica

Por essa definição, nós, humanos, provamos ser uma espécie particularmente agressiva. Nenhum outro animal bate, tortura e mata membros de sua própria espécie de maneira tão consistente e desenfreada.Por séculos, os filósofos têm debatido por que isso é: a agressão é um fenômeno inato ou deve ser aprendida? Thomas Hobbes, em sua obra clássica *Leviathan* (publicada pela primeira vez em 1651), considerou que nós, seres humanos, em nosso estado natural, somos brutos e que somente aplicando a lei e a ordem da sociedade podemos restringir o que para Hobbes era natural instinto para a agressão. Em contraste, o conceito de selvagem nobre de Jean-Jacques Rousseau (uma teoria que ele desenvolveu em 1762) sugeria que nós, seres humanos, em nosso estado natural, somos criaturas gentis e que é uma sociedade restritiva que nos obriga a nos tornarmos hostis e agressivos. A visão mais pessimista de Hobbes foi elaborada no século XX por Sigmund Freud,[3] que teorizou que os seres humanos nascem com um impulso

instintivo para a vida, que ele chamou de *eros* , e um impulso instintivo para a morte, *tânatos* , levando a ações agressivas. Sobre o instinto de morte, Freud escreveu: “Ele está em ação em cada ser vivo e se esforça para levá-lo à ruína e reduzir a vida à sua condição original de matéria inanimada”.

Essa antiga disputa sobre a natureza humana me leva a levantar as seguintes questões que tentarei responder neste capítulo: A agressão é inata - faz parte de nossa própria natureza como seres humanos? A agressão pode ser modificada? As mulheres são tão agressivas quanto os homens, embora presumivelmente de maneiras diferentes? Quais são os fatores sociais e situacionais que aumentam ou diminuem a agressão? Hoje, cientistas psicológicos de muitas disciplinas entendem que a “agressão” é biológica *e* aprendida, parte de nossa herança evolutiva - e assim são as forças compensatórias que promovem o altruísmo e a cooperação. Vejamos alguns dos muitos fatores que influenciam - ou desencorajam - a expressão da agressão.

Agressão em animais não humanos

Para compreender até que ponto a agressão pode ser inata, alguns cientistas recorreram a experimentos com espécies não humanas. Considere a crença comum de que os gatos irão “instintivamente” perseguir e matar ratos. Mais de meio século atrás, o biólogo Zing Yang Kuo[4] tentou demonstrar que essa noção era um mito, fazendo um pequeno experimento simples: ele criou um gatinho na mesma gaiola com um rato. Não só o gato se absteve de atacar o rato, mas os dois tornaram-se companheiros próximos. Além disso, quando teve a oportunidade, o gato recusou-se a perseguir ou matar outros ratos; assim, o benignoo comportamento não se limitava a esse amigo em particular, mas generalizava-se a ratos que o gato nunca conhecera. Não é ciência, mas alguns dos vídeos e fotos mais populares online são de “amizades” entre espécies, como o cachorro e o gato de alguém aninhados nas patas um do outro.

Embora charmoso, o experimento de Kuo (e todas aquelas fotos engraçadas) não significa que o comportamento agressivo seja aprendido ou que não seja inato; simplesmente demonstra que os instintos agressivos podem ser controlados pela experiência precoce. E se um animal crescer sem nenhum contato com outros de sua espécie? Mostrará ou não tendências agressivas quando ameaçado? Ratos criados isoladamente (ou seja, sem qualquer experiência em lutar contra outros ratos) atacarão um rato companheiro introduzido na gaiola; além disso, os ratos isolados usam o mesmo padrão de ameaça e ataque que os ratos experientes usam.[5] Portanto, embora o comportamento agressivo possa ser modificado pela experiência inicial, aparentemente em algumas espécies ele não precisa ser aprendido.

O que nós, humanos, podemos aprender sobre nossa própria herança biológica observando o comportamento dos animais com os quais somos mais parecidos geneticamente? Nossos parentes genéticos mais próximos, com quem compartilhamos 98% de nosso DNA, são o chimpanzé e o bonobo. No entanto, esses primatas não poderiam ser mais diferentes entre si. O chimpanzé é extremamente agressivo. Embora os chimpanzés não se envolvam em uma guerra em grande escala como os humanos, os chimpanzés machos caçam e matam outros chimpanzés, às vezes torturando-os e dilacerando-os; as mulheres também podem ser muito agressivas, astutas e mesquinhas.[6]

Mas o bonobo, nosso outro parente genético próximo, foi descrito por primatologistas como mais compassivo, empático e pacífico do que os chimpanzés. Enquanto o chimpanzé agirá agressivamente com pouca provocação, o bonobo é uma das espécies menos agressivas do planeta. Na verdade, os bonobos são chamados de macaco do "faça amor, não faça guerra", porque sempre que surge um conflito potencialmente perigoso, os bonobos fazem sexo, o que desarma a tensão. (Eles também farão sexo depois de um conflito, para se reconciliar.) Quando os bonobos chegam a uma área de alimentação, eles primeiro fazem sexo em comunidade e depois passam a comer pacificamente. Em contraste, quando os chimpanzés chegam a um local de alimentação, eles lutam pela comida. Além disso, ao contrário dos chimpanzés, os bonobos formam sociedades dominadas por mulheres, mantendo os machos na linha e exibindo notável sensibilidade para com os outros em seu grupo.[7]

Então, os seres humanos são mais como chimpanzés ou mais como bonobos? Aqueles que argumentam que a agressividade está embutida em nós apontam para os chimpanzés; aqueles que argumentam que somos cooperativos apontam para obonobos. Embora nós, humanos, não compartilhemos das soluções sexuais dos bonobos para os problemas, somos mais hábeis do que os chimpanzés em cooperar de uma forma que evita a resolução violenta de disputas.[8 A] evolução nos deu uma propensão para atacar quando nos sentimos ameaçados ou competindo por recursos, e também fortes mecanismos inibitórios que nos permitem suprimir a agressão quando é de nosso interesse fazê-lo.

Cultura e Agressão

As sociedades humanas não têm sido igualmente belicosas.[9] Em culturas muito unidas que dependem da cooperação para a sobrevivência do grupo, a raiva e a agressão são consideradas perigosas e destrutivas, e um ofensor será condenado ao ostracismo ou punido. Muitos grupos humanos, como os Lepchas de Sikkim, os povos Pigmeus da África Central e os Arapesh da Nova Guiné, vivem em amizade cooperativa, tanto dentro de seu próprio grupo quanto em suas relações com os outros; atos de agressão são raros.[10] Na outra extremidade do continuum humano estão grupos como o Boko Haram da Nigéria, que treinam seus filhos mais novos para assassinar e morrer em ataques suicidas.

A maioria dos psicólogos sociais, portanto, acredita que a agressão é uma estratégia opcional: nós, humanos, nascemos com a *capacidade* para um comportamento agressivo, mas como, se, quando e onde o expressamos é aprendido e depende de nossas circunstâncias e cultura. Você pode ficar muito bravo se um policial o parar por excesso de velocidade, mas é provável que você controle seu temperamento - e seu comportamento. Três linhas principais de evidência apóiam a visão de que a expressão da agressão depende das condições externas que a estimulam ou suprimem: estudos de como as culturas mudam ao longo do tempo, estudos entre culturas e experimentos de laboratório.

Considere os iroqueses da América do Norte. Os iroqueses viveram em paz por centenas de anos como uma nação caçadora, mas no século XVII, o comércio crescente com os europeus recém-chegados colocou os iroqueses em competição direta com os vizinhos

Hurons por peles (para comércio de produtos manufaturados). Uma série de guerras se desenvolveu - e os iroqueses se tornaram guerreiros ferozes e bem-sucedidos, não porque fossem inerentemente “agressivos”, mas porque uma mudança social aumentou a competição.[11] Também funciona na outra direção. Muitas sociedades que antes eram belicosas - como os escandinavos ou os portugueses - tornaram-se as mais pacíficas do planeta.A “violência como entretenimento” agora ocorre nas telas do cinema, nos videogames e nos eventos esportivos, e não nas arenas de gladiadores, onde pessoas reais já foram dilaceradas para os aplausos do público. Steven Pinker[12] argumentou que, ao longo dos séculos, a violência humana tem diminuído, em parte graças ao surgimento de Estados-nação que tomam conta das decisões sobre guerra, justiça e retribuição, e à condenação e proibição quase universal da escravidão, punições horríveis, e abuso infantil. Exceto para pessoas que vivem em zonas de guerra como a Síria, Afeganistão ou Iraque, ou em estados falidos como a Somália, os seres humanos hoje são estatisticamente menos propensos a enfrentar a violência do que no passado.

Culturas de Honra A maleabilidade das tendências violentas se reflete ainda mais em diferenças regionais marcantes no comportamento agressivo e nos tipos de eventos que o desencadeiam. Richard Nisbett[13] mostrou que as taxas de homicídio para homens brancos do sul são substancialmente mais altas do que para homens brancos do norte, especialmente nas áreas rurais. Mas isso é verdade apenas para certos tipos de homicídios - aqueles provocados por insultos percebidos e por uma necessidade percebida de proteger a propriedade - e apenas em certas áreas - aqueles que originalmente se baseavam em economias de pastoreio em vez de agricultura.

Por que isso seria assim? Pessoas que dependem economicamente da agricultura tendem a desenvolver estratégias cooperativas de sobrevivência. Mas as pessoas que dependem de seus rebanhos são extremamente vulneráveis; seus meios de subsistência podem ser perdidos em um instante pelo roubo de seus animais. Para reduzir a probabilidade de roubo, teorizou Nisbett, os pastores aprendem a ser hiperalertas a qualquer ato ameaçador (real ou percebido) e reagir a ele imediatamente com força. Isso explicaria por que roubo de gado e roubo de cavalos eram crimes capitais no Velho Oeste e por que as culturas de pastoreio do Mediterrâneo e do Oriente Médio até hoje dão grande valor à agressividade masculina. E, de fato, quando Nisbett analisou as práticas agrícolas *no* Sul, ele descobriu que as taxas de homicídio eram duas vezes mais altas nas montanhas e áreas de planícies secas (onde ocorre o pastoreio) do que nas regiões agrícolas.

A ênfase na agressividade e vigilância nas comunidades pastoris fomenta, por sua vez, uma *cultura de honra* na qual até mesmo pequenas disputas colocam em risco a reputação de um homem de dureza, exigindo que ele responda agressivamente para restaurar seu status.[14] Afinal, se você é um fazendeiro em Massachusetts, as chances são de que ninguém vai roubar sua colheita de maçã inteira; portanto, não é tão necessário estabelecer a reputação de ser uma pessoa que se levantará e lutará para proteger seupropriedade. Mas, se você é criador de gado, é importante estabelecer uma reputação sólida que faça qualquer pessoa pensar duas vezes antes de tocar em sua propriedade. Embora a economia do pastoreio tenha se tornado muito menos importante no Sul e no Oeste, o legado de sua cultura de honra permanece. Essas regiões têm taxas de

homicídios relacionados à honra (como assassinato para vingar um insulto percebido à família) que são cinco vezes maiores do que em outras regiões do país.

Dov Cohen e Richard Nisbett[15] conduziram uma série de experimentos na Universidade de Michigan, mostrando que as normas características da cultura da honra aparecem nas cognições, emoções, comportamentos e reações fisiológicas de estudantes brancos sulistas contemporâneos do sexo masculino, jovens cujas famílias não pastoreiam gado há muitas gerações. Em um de seus experimentos, cada participante foi direcionado para um corredor onde um homem confederado "acidentalmente" esbarrou nele ao passar e o insultou murmurando uma vulgaridade comum. Em comparação com os homens brancos do Norte (que tendiam a ignorar o insulto), os sulistas tinham maior probabilidade de reagir de forma agressiva. O cortisol e a testosterona no sangue aumentaram, eles relataram sentir sua masculinidade desafiada e, em última análise, eram mais propensos a retaliar agressivamente o cúmplice que eles sentiam que os “insultou”.

A pesquisa sobre culturas de honra encontrou seus efeitos em muitos domínios variados. Em um experimento de campo, Cohen e Nisbett[16] enviaram cartas de candidatura a empregos para empresas nos Estados Unidos, supostamente de pessoas que mataram alguém em uma disputa relacionada à honra. As empresas localizadas no Sul e no Oeste foram muito mais propensas a responder de maneira receptiva e compreensiva do que as localizadas no Norte. Alunos do ensino médio em estados de cultura de honra têm muito mais probabilidade do que estudantes de outros estados de trazer uma arma para a escola e usá-la, e esses estados têm mais do que o dobro de tiroteios per capita em escolas do que outros estados.[17] Homens em culturas de honra em todo o mundo tendem a desconfiar do governo e acreditam que são eles que têm a obrigação de retaliar uma provocação, de forma pessoal e às vezes violenta. Culturas de honra também apresentam taxas mais altas de violência doméstica. Ambos os sexos em tais culturas acreditam que é apropriado para um homem agredir fisicamente uma mulher se ele acreditar que ela está ameaçando sua honra e reputação por ser infiel ou por deixá-lo.[18]

Como mostram essas descobertas, podemos ver que, embora um componente fisiológico da agressão esteja presente em seres humanos e outros primatas, a agressão não é um "instinto" reflexivo. Influências culturais“Entrar sob nossa pele”, literalmente, para moldar nossas respostas a eventos situacionais e sociais e, assim, determinar se responderemos de forma agressiva. Isso significa que se certas condições situacionais e sociais podem aumentar previsivelmente o comportamento agressivo, outras condições podem reduzi-los.

Gênero e Agressão

A pesquisa sobre culturas de honra sugere que a agressão masculina (“Não mexa comigo”) é encorajada quando cumpre uma parte central do papel e da identidade masculinos. Quando “ser homem” é definido por competitividade e força, os homens estão constantemente tentando “provar” sua masculinidade e status em exibições de agressão.[19] Por outro lado, quando os homens vivem em culturas sem ameaças internas e externas à sua sobrevivência - e, reconhecidamente, poucas culturas são tão abençoadas - eles não são criados para ser agressivos, as diferenças de sexo são minimizadas e a cooperação é incentivada.[20]

No entanto, o preditor número um de violência é o gênero. Quando adultos, os homens são mais propensos do que as mulheres a cometer atos espontâneos e não provocados de começar uma briga com um estranho, juntar-se a uma turba voltada para a destruição e saques e cometer crimes violentos, como agressão, estupro e assassinato.[21] Desde a infância, os meninos são consistentemente mais propensos do que as meninas a se envolver em “brincadeiras violentas”, junto com empurrões, empurrões e golpes não lúdicos. E no estudo transcultural de Dane Archer e Patricia McDaniel,[22] adolescentes de 11 países leram histórias envolvendo conflito interpessoal e então foram solicitados a compor seus próprios finais. Em todos os países, os jovens mostraram uma tendência maior de encerrar a história com violência.

É comumente acreditado que o hormônio que alimenta a agressão masculina é a testosterona, que ambos os sexos possuem, embora em maior proporção nos homens. Animais de laboratório cuja testosterona é removida (que são castrados) tornam-se menos agressivos, e aqueles injetados com testosterona tornam-se mais agressivos. James Dabbs e seus colegas[23] descobriram que os níveis de testosterona de ocorrência natural são significativamente mais altos entre prisioneiros condenados por crimes violentos do que entre aqueles condenados por crimes não violentos e, entre estudantes universitários, homens em fraternidades considerados mais rudes, mais indisciplinados e menos socialmente responsáveis por outros tiveram os mais altos níveis médios de testosterona.[24] testosteronaafeta muitos dos comportamentos que associamos estereotipadamente aos rapazes: agressividade, competição e risco. No entanto, o inverso também é verdadeiro: o comportamento agressivo ou competitivo aumenta a liberação de testosterona, presumivelmente para preparar o animal para se comportar de forma agressiva.[25]

Mas todas essas descobertas são correlacionais, não explicativas. E, como acabamos de ver, os jovens do norte têm a mesma testosterona que os do sul, mas não são tão estimulados a responder agressivamente aos insultos percebidos. O biólogo e zoólogo Robert Sapolsky, em seu livro *Behave: The Biology of Humans at Our Better and Worst,* resumiu a questão da seguinte maneira: Olhando para os estudos correlacionais, concluiríamos que “a testosterona causa agressão. É hora de ver o quanto isso está errado. ”[26 por] quê? Mesmo quando a testosterona é completamente eliminada nos homens, a agressão continua a ocorrer; além disso, "quanto mais experiência um homem tiver de ser agressivo antes da castração, mais a agressão continua depois." Além disso, Sapolsky acrescenta, se a testosterona é um forte indicador de violência, esperaríamos que as diferenças nos níveis de testosterona predissessem quais animais dentro de uma espécie - pássaros, peixes, mamíferos, primatas - se comportariam agressivamente. Eles não.

Agressão física Se as mulheres não são muito propensas a entrar em brigas, iniciar tumultos ou atirar em alguém para defender a reputação de sua família, isso significa que elas são inerentemente menos agressivas do que os homens? As diferenças de gênero são óbvias no mundo social mais amplo; no mundo privado das famílias e relacionamentos, as diferenças de gênero nem sempre são tão claras.

A maioria dos casos de violência extrema na família é perpetrada por homens. Por exemplo, 8 em cada 10 assassinos que matam um membro da família são do sexo

masculino. E quando os homens batem em suas vítimas, eles geralmente infligem ferimentos mais graves do que as mulheres que abusam.[27] No entanto, quando se trata de formas de agressão física que são menos violentas do que assassinato e espancamentos brutais, muitas vezes há uma grande sobreposição entre homens e mulheres - e ao contrário dos estereótipos de gênero, em muitos relacionamentos ambos os lados são igualmente agressivos. Por exemplo, em um estudo com quase 500 universitárias americanas do primeiro ano que relataram suas experiências de violência com seus namorados, a maioria relatou que o abuso foi recíproco.[28] Uma revisão de mais de 200 estudos de amostras da comunidade não encontrou diferenças de gênero significativas na porcentagem de homens e mulheres que eram fisicamente agressivos comseus parceiros,[29] e assim se comportavam pelos mesmos motivos: ciúme, raiva, vingança e legítima defesa.[30]

Em alguns estudos que compararam meninos e meninas em níveis de agressão física, a maioria dos meninos e meninas eram realmente semelhantes em não serem agressivos; a diferença de sexo se devia principalmente a um pequeno número de meninos extremamente agressivos.[31] Entre os adultos, a diferença entre os sexos na disposição de infligir danos físicos muitas vezes desaparece quando ambos os sexos se sentem provocados e têm o direito de retaliar. Uma meta-análise de 64 experimentos separados descobriu que embora os homens sejam mais agressivos do que as mulheres em circunstâncias normais, a diferença de gênero diminui quando homens e mulheres são insultados e quando as mulheres têm a mesma chance de retaliar agressivamente - especialmente quando os outros não estão cientes de seus Gênero sexual.[32]

Assim como a agressão masculina é influenciada pela cultura, a agressão feminina também o é. A taxa de abuso físico de mulheres, por meio de espancamentos, esfaqueamentos e espancamentos, é mais alta em culturas que consideram esse abuso uma prerrogativa masculina e um meio legítimo de exercer poder e controle sobre as mulheres, como vemos em países onde as meninas podem ser assassinado apenas por querer ir à escola.[33] Ainda assim, em um estudo internacional, as mulheres da Austrália e Nova Zelândia mostraram maior evidência de agressividade do que os homens da Suécia e Coréia.[34] Em uma comunidade cultural que admira a agressão física, ambos os sexos podem confiar em táticas violentas. Mulheres adolescentes de gangues mexicanas-americanas em Los Angeles carregam qualquer tipo de arma que possam conseguir, de morcegos a revólveres, e disseram a um pesquisador que se uniram não apenas para apoio social, mas para vingança.[35] Um estudo de todas as mulheres-bomba conhecidas em todo o mundo desde 1981 (incluindo Afeganistão, Israel, Iraque, Índia, Líbano, Paquistão, Rússia, Somália, Sri Lanka e Turquia) descobriu que “os principais motivos e circunstâncias que levam ao suicídio feminino os bombardeiros são bastante semelhantes aos que impulsionam os homens ”: lealdade ao seu país ou religião, raiva por ser ocupado por militares estrangeiros e vingança por entes queridos mortos pelo inimigo.[36]

Agressão relacional Lembre-se de que defini agressão como a intenção de ferir outra pessoa, e “ferir” nem sempre significa por meio do confronto físico. As mulheres são mais propensas do que os homens a se envolver em uma forma mais social de agressão, que Nikki Crick e seus associados chamam de **agressão relacional** ,[37] ou ferir outras pessoas ao sabotar suas reputações e relacionamentos. Evitando, espalhandoboatos falsos e

fofocas maliciosas, calúnias e “vergonha de vagabunda” são exemplos básicos, e as consequências podem ser devastadoras.[38] A diferença média de gênero na agressão relacional começa cedo: em um estudo com crianças de três a cinco anos brincando em grupos de três, as crianças foram instruídas a usar um lápis para colorir uma imagem em uma folha de papel branca. Foram fornecidos três lápis de cor, mas apenas um era da cor (laranja) e os outros dois eram brancos. Naturalmente, todas as crianças queriam o lápis de cor laranja. Os meninos usaram de agressão física para obtê-lo, batendo ou empurrando a criança que estava com o lápis de cor laranja. As meninas usaram de agressão relacional, espalhando boatos sobre a criança do giz de cera laranja ou ignorando-a para fazê-la chorar.[39]

agressão relacional:

uma forma de agressão mais social e não física destinada a ferir os outros, sabotando reputações e relacionamentos com colegas, exemplificada pela divulgação de falsos rumores e fofocas maliciosas

Uma forma especialmente prejudicial de agressão relacional é o bullying online. Com o advento da internet, os agressores não estão mais limitados ao ambiente escolar; as vítimas podem ser intimidadas e assediadas 24 horas por dia, sete dias por semana. A internet deu ao valentão relacional um megafone; a reputação de uma pessoa pode ser amplamente atacada com o clique de um mouse, sem ser detectada por professores e pais.[40] O cyberbullying pode ser um ato impulsivo ocasional ou uma campanha planejada de assédio. Phoebe Prince, uma garota irlandesa de 15 anos que mora em Massachusetts, foi alvo de um grupo conhecido como as Meninas Malvadas em uma disputa sobre seu breve relacionamento com um garoto popular de sua escola. Quatro meninas e dois meninos começaram uma campanha implacável contra ela de agressão verbal (incluindo chamá-la de “vagabunda irlandesa” e “prostituta” no Facebook e outras redes sociais) e ameaças de lesões corporais. Após quatro meses sendo caluniado e assediado, Prince se enforcou em casa.

De acordo com uma revisão preparada para o governo sobre Segurança Infantil e Tecnologias Online, a maior fonte de perigo que os adolescentes enfrentam na internet não vem da pornografia (que muitos adolescentes, geralmente meninos, procuram) ou mesmo de adultos predadores, deixam sozinho de sexting. O relatório descobriu que as ameaças mais frequentes que os menores enfrentam, tanto online como offline, são formas de agressão relacional por parte dos seus pares.[41]

Catarse - isso funciona?

Vamos nos voltar agora para a crença generalizada de que alguns tipos de atos agressivos podem ter uma função útil e talvez necessária: eles "desabafam". Essa crença deriva do conceito psicanalíticode **catarse** , ou a liberação de energia. Sigmund Freud acreditava que a energia agressiva deve sair de alguma forma, para que não continue a se acumular e a produzir doenças. Sua teoria se baseava na analogia da pressão da água aumentando em um recipiente: a menos que a agressão seja drenada, ela produzirá uma explosão. Segundo Freud, a sociedade desempenha uma função essencial em regular o “instinto de morte” e em ajudar as pessoas a sublimá-lo - isto é, transformar a energia destrutiva em atividades aceitáveis ou úteis.[42] As formas mais aceitáveis de sublimação

eram geralmente consideradas arte e esportes. O psiquiatra William Menninger[43] afirmou que “os jogos competitivos fornecem uma saída excepcionalmente satisfatória para o impulso agressivo instintivo”.

catarse:

especificamente, a liberação de energia; Freud acreditava que, a menos que as pessoas pudessem expressar um comportamento agressivo, a energia agressiva seria represada, a pressão aumentaria e a energia assim produzida buscaria uma saída, resultando em violência ou um sintoma de doença mental

A crença nos benefícios emocionais e físicos da catarse tornou-se parte de nossa mitologia cultural. No filme *Analyze This* , um psiquiatra (interpretado por Billy Crystal) é forçado a um relacionamento terapêutico com um chefe da máfia e assassino interpretado por Robert De Niro. O personagem De Niro sofre de hipertensão, supostamente causada por raiva e ansiedade excessivas. Durante uma de suas sessões de terapia, o personagem de Billy Crystal diz: “Você sabe o que eu faço quando estou com raiva? Eu bati em um travesseiro. Tente isso." Para um mafioso, é claro, "acertar" significa "matar". Então De Niro prontamente sacou sua arma e disparou várias balas em um travesseiro. Billy Crystal engole em seco, força um sorriso e diz: "Sente-se melhor?"

"Sim!" diz De Niro.

Encantador? sim. Preciso? Não. Evidências abundantes indicam que a solução Billy Crystal simplesmente não funciona. Em um experimento, Brad Bushman[44] deixou seus participantes com raiva por ter seu cúmplice (um colega estudante) os insultando. Imediatamente depois, os participantes foram designados a uma das três condições experimentais: Em uma condição, eles foram autorizados a passar alguns minutos lutando contra um saco de pancadas, enquanto eram encorajados a pensar no aluno que os deixara com raiva. Em uma segunda condição, os alunos que bateram no saco de pancadas foram estimulados a pensar nessa atividade como um exercício físico. Na terceira condição, os participantes simplesmente podiam sentar-se parados por alguns minutos sem socar nada. No final do experimento, quais alunos sentiram menos raiva? Aqueles participantes que simplesmente ficaram parados sem socar nada.

Em seguida, Bushman deu aos participantes a chance de agredir a pessoa que os havia insultado, explodindo-a com um barulho alto e desagradável. Os alunos que acertaram o saco de pancadas pensando em seu “inimigo” foram os mais agressivos, atirando nele mais alto e por mais tempo. Aqueles que ficaram parados depois do insulto foram os menos agressivos. O experimento de laboratório de Bushman é apoiado por um estudo de campo de jogadores de futebol do ensino médio. Arthur Patterson[45] mediu a hostilidade geral desses jogadores de futebol, avaliando-os antes, durante e depois da temporada de futebol. Se a intensa atividade física e o comportamento agressivo que fazem parte do futebol reduzem a tensão causada pela agressão reprimida, esperaríamos que os jogadores apresentassem um declínio na hostilidade ao longo da temporada. Em vez disso, houve um *aumento* significativo na hostilidade entre os jogadores à medida que a temporada de futebol avançava.

O que acontece quando os atos de agressão são dirigidos diretamente contra a pessoa que nos provocou? Isso sacia nossa necessidade de agredir e, portanto, reduz nossa

tendência de magoar ainda mais essa pessoa? Mais uma vez, a pesquisa sistemática demonstra que, como no experimento do saco de pancadas, ocorre exatamente o oposto. Em um experimento de Russell Geen e seus associados[46] cada participante foi emparelhado com outro aluno, que (como você pode imaginar a esta altura!) Era um confederado dos experimentadores. Primeiro, o confederado irritou o participante. Nessa fase do experimento, que envolveu a troca de opiniões sobre diversos assuntos, o participante recebeu choques elétricos quando o parceiro discordou de sua opinião. Em seguida, durante um estudo sobre “os efeitos da punição na aprendizagem”, o participante atuou como professor, enquanto o cúmplice atuou como aluno. Na primeira tarefa de aprendizagem, alguns dos participantes foram solicitados a chocar o confederado cada vez que ele cometia um erro; outros participantes apenas registraram seus erros. (Como você também pode imaginar a esta altura, eles não eram choques reais.) Na tarefa seguinte, todos os participantes tiveram a oportunidade de aplicar choques ao cúmplice. O que aconteceu? Ao contrário da hipótese da catarse, as pessoas que já haviam chocado o confederado deram choques mais frequentes e mais intensos na segunda vez.

O mesmo tipo de comportamento também foi observado sistematicamente em eventos que ocorrem naturalmente no mundo real, onde atos verbais de agressão serviram para facilitar ataques posteriores. Em um "experimento natural", vários técnicos que trabalhavam para uma empresa foram demitidos e, portanto,compreensivelmente zangado com seus empregadores. Vários tiveram a chance de verbalizar sua hostilidade contra seus ex-chefes. Posteriormente, todos os técnicos foram solicitados a descrever seus chefes. Aqueles que antes tinham permissão para expressar seus sentimentos foram *muito* mais desagradáveis em suas descrições subsequentes do que aqueles que não o fizeram.[47]

A mensagem é clara: a atividade física - como socar um saco de pancadas ou praticar um esporte agressivo - não dissipa a raiva nem reduz a agressão subsequente contra a pessoa que a provocou. Na verdade, os dados nos levam exatamente à direção oposta: quanto mais as pessoas expressam raiva comportando-se de forma agressiva, mais raivosas elas permanecem e mais agressivas se tornam. Desabafar a raiva - direta ou indiretamente, verbal ou fisicamente - não reduz a hostilidade; aumenta. Curiosamente, experimentos semelhantes[48] descobri que as pessoas que *acreditam* em catarse são mais propensas a agredir como uma forma de tentar se sentir melhor (“Gritar com você e chutar o sofá me ajudam a tirar isso do meu sistema”), mas isso apenas as torna mais irritadas e mais prováveis para gritar e chutar. Aparentemente, quanto mais você acredita que a agressão o fará se sentir melhor, mais agressivamente você agirá e menos pacífico ficará.

Retaliação, exagero e escalada Por que expressar raiva agressivamente leva a uma hostilidade maior? Uma vez que expressamos sentimentos negativos em relação a outra pessoa - uma vez que rotulamos nosso ex-chefe de idiota sem coração - torna-se muito mais fácil acompanhar com declarações e ações consistentes, especialmente se tivermos retaliado em público. Além disso, a retaliação é normalmente mais severa do que o insulto ou ataque inicial; tendemos a nos envolver em exageros, o que prepara o terreno para a redução da dissonância.

Um experimento de Michael Kahn[49] mostrou como o exagero opera, em nosso detrimento. No experimento de Kahn, um técnico médico, ao obter indicadores fisiológicos de estudantes universitários, fez comentários depreciativos sobre esses estudantes. Em uma condição, os alunos podiam expressar sua hostilidade expressando seus sentimentos sobre o técnico ao seu empregador - uma ação que eles sabiam que colocaria o técnico em sérios problemas, provavelmente custando-lhe o emprego. Em outra condição, eles não tiveram a oportunidade de expressar qualquer agressão contra ele. Aqueles que tiveram a oportunidade de colocar o técnico em apuros posteriormente não gostaram mais dele e expressaram maior hostilidade em relação a ele do que aqueles que não tiveram a oportunidade de desabafar.

O exagero maximiza a dissonância. Quanto maior a discrepância entre o que o perpetrador fez a você e sua retaliação, maior será a dissonância. Quanto maior a dissonância, maior será sua necessidade de denegri-lo e justificar seu tratamento para com ele.[50] Lembre-se do incidente que descrevi no Capítulo 3 , de quatro estudantes que foram baleados e mortos pela Guarda Nacional de Ohio durante um protesto anti-guerra. O que quer que aqueles alunos estivessem fazendo (gritando obscenidades, provocando, zombando), dificilmente merecia ser baleado e morto. Mesmo assim, depois que foram mortos, os Guardas e os habitantes da cidade os descreveram em termos extremamente hostis. Se eu tiver atirado em um aluno que estava meramente discordando - ou se eu sou uma pessoa que acredita na lei e na ordem e apóia minha polícia local - então tentarei me convencer de que ele *realmente* mereceu e odiarei ainda mais os alunos dissidentes do que antes de serem baleados.

Esse método de reduzir a dissonância diante de uma injustiça ou crime é universal. Como você acha que os membros de grupos terroristas antiamericanos e seus simpatizantes se sentiram em relação aos americanos *após* a carnificina de 11 de setembro? Você acha que eles sentiram tristeza e compaixão pelas milhares de vítimas inocentes, equipes de resgate e suas famílias? Você acha que eles decidiram que os americanos já sofreram o suficiente? Na maioria das situações, cometer ou tolerar a violência não reduz a tendência à violência. Cometer atos de violência aumenta nossos sentimentos negativos em relação às vítimas. Em última análise, é por isso que a violência quase sempre gera mais violência.

Mas o que aconteceria se pudéssemos de alguma forma fazer com que a retaliação não pudesse atropelar o instigador da agressão? Ou seja, e se o grau de retaliação for razoavelmente controlado, de modo que não seja significativamente mais intenso do que a ação que a precipitou? Em tal circunstância, eu diria que haveria pouca ou nenhuma dissonância. “Sam me insultou; Eu paguei exatamente na mesma moeda; estamos quites." Experimentos confirmam que, quando a retaliação coincide com a provocação, as pessoas não denegrem ou menosprezam o provocador.[51]

Há um ponto importante aqui que deve ser enfatizado: a maioria das situações no mundo real é muito mais confusa do que isso; a retaliação quase sempre excede a ofensa original. A pesquisa experimental nos diz por quê: a dor que recebemos sempre é mais intensa do que a que infligimos. A velha piada de “A perna quebrada do outro cara é trivial; nossa unha quebrada é grave ”, acaba sendo uma descrição precisa de nossa fiação neurológica. Uma equipe de neurologistas ingleses[52] pares de pessoas em um

experimento olho-por-olho. Cada par foi ligado a um mecanismo que exerceu pressão em seus dedos indicadores, e cada participante foi instruído a aplicar no dedo do parceiro a mesma força que acabaram de sentir. Os pesquisadores descobriram que os participantes não conseguiram retaliar exatamente na mesma moeda, embora tenham tentado arduamente. Cada vez que um parceiro sentia a pressão, ele “retaliava” com uma força consideravelmente maior, pensando que estava respondendo com a mesma força que recebera. Dessa forma, o jogo que começou com uma troca de toques suaves rapidamente se transformou em uma pressão forte e dolorosa. Os pesquisadores concluíram que o aumento da dor é "um subproduto natural do processamento neural". Isso ajuda a explicar por que dois meninos que começam trocando socos no braço como um jogo logo se encontram em uma furiosa briga de punhos, e por que os conflitos entre nações freqüentemente aumentam. Cada lado justifica o que faz como meramente igualando o placar.

Causas de agressão

Assim como a dor aumenta a retaliação de mais dor, uma das principais causas da violência - além de causas óbvias como ódio entre grupos, vingança ou guerra - é a própria violência. Quando uma pessoa comete um ato de agressão, especialmente com uma força que excede o que a vítima pode ter feito para provocá-la, isso configura forças cognitivas e motivacionais destinadas a justificar aquela agressão, que abrem a porta para mais dela. Vejamos algumas das outras principais causas de agressão.

Álcool Uma droga que muitas pessoas em todo o mundo ingerem alegremente é o álcool. O álcool tende a diminuir nossas inibições, tornando os bebedores mais amigáveis e gregários, mas também afrouxando as restrições à prática de atos agressivos, incluindo violência sexual.[53] Freqüentemente, surgem brigas em bares e boates, e a violência familiar costuma estar associada ao abuso de álcool, embora também aconteça que alguns cônjuges bebam para ter uma desculpa para abusar verbal ou fisicamente um do outro.[54] Além disso, experimentos de laboratório controlados demonstram que quando as pessoas bebem álcool suficiente para torná-las legalmente bêbadas, elas tendem a responder mais violentamente às provocações do que aqueles que ingeriram pouco ou nenhum álcool.[55]

Isso não significa que o álcool aumenta automaticamente a agressão; pessoas que têm bebido não são necessariamente levadas a sair por aí arrumando brigas. Em vez disso, o álcool atua como um desinibidor: reduz as inibições sociais, tornando-nos menos cautelosos e maisimpulsivo. Mas faz mais do que isso: o álcool também tende a atrapalhar a maneira como geralmente processamos as informações.[56 As] pessoas intoxicadas freqüentemente focalizam e respondem aos primeiros e mais óbvios aspectos de uma situação social e tendem a ignorar as sutilezas. Isso significa, em termos práticos, que se você estiver sóbrio e alguém acidentalmente pisar no seu pé, é provável que você saiba que a pessoa não fez isso de propósito. Mas, se você estivesse bêbado, poderia perder as dicas sutis e responder como se ele pisasse em seu pé com toda a intenção. Da mesma forma (especialmente se você for um homem), você pode retaliar com um insulto, empurrão ou soco. Esse é precisamente o tipo de situação ambígua que os homens podem interpretar como provocativa se não estiverem pensando com clareza - e o álcool prejudica o pensamento claro. O álcool é uma das principais razões para a falta

de comunicação generalizada entre mulheres e homens nas denúncias de agressão sexual, porque o álcool prejudica significativamente a interpretação cognitiva do comportamento, das negociações sexuais e da memória da outra pessoa. Como Deborah Davis e Elizabeth Loftus descobriram, os homens que estão bêbados têm menos probabilidade de interpretar mensagens não consentidas com precisão, e as mulheres que estão bêbadas transmitem sinais menos enfáticos de recusa.[57]

Porém, há outra maneira pela qual o álcool facilita a agressão, e é por meio do que se chama de efeito "bebida pensante": quando as pessoas *esperam que o* álcool tenha certos efeitos sobre elas, geralmente ocorre. Na verdade, quando as pessoas esperam que o álcool "libere" seus impulsos agressivos, elas geralmente se tornam mais agressivas - mesmo quando estão bebendo algo não-alcoólico. Em um estudo com 116 homens de 18 a 45 anos, os pesquisadores deram a um terço dos homens uma bebida não-alcoólica, um terço uma bebida visando um nível modesto de álcool no sangue e um terço uma bebida mais forte visando um nível alto de álcool no sangue. Dentro de cada um desses três grupos, os pesquisadores manipularam as expectativas dos bebedores quanto à quantidade de álcool que estavam ingerindo. Eles então mediram o comportamento dos homens em relação a um pesquisador que os insultou. Surpreendentemente, a quantidade real de álcool que os homens beberam estava menos relacionada ao seu comportamento agressivo do que suas *expectativas* . Quanto mais álcool os homens acreditavam estar bebendo, mais agressivamente se comportavam com o confederado.[58]

Claro, o álcool tem efeitos fisiológicos potentes sobre a cognição e o comportamento. Mas esses efeitos interagem com o que as pessoas aprenderam sobre o álcool, por exemplo, se ele fornece uma desculpa para se comportar de forma agressiva ou sexual e como elas esperam se sentir após beber.

Dor, desconforto e fome Se um animal sentir dor e não puder fugir da cena, quase invariavelmente atacará; isso é verdade para ratos, camundongos, hamsters, raposas, macacos, lagostins, cobras, guaxinins, crocodilos e uma série de outros animais.[59] Eles atacarão membros de sua própria espécie, membros de espécies diferentes ou qualquer outra coisa à vista, incluindo bonecos de pelúcia e bolas de tênis. Você acha que isso também se aplica aos seres humanos? Um momento de reflexão pode ajudá-lo a adivinhar que pode muito bem ser. A maioria de nós fica irritada quando é submetida a uma dor aguda e inesperada (por exemplo, quando batemos no polegar com um martelo) e, portanto, está sujeita a atacar o alvo disponível mais próximo. Em uma série de experimentos, Leonard Berkowitz[60] mostraram que os alunos que sofreram a dor de ter as mãos imersas em água terrivelmente fria apresentaram um aumento acentuado na prática de atos agressivos contra outros alunos.

Segue-se que outras formas de desconforto corporal, como calor, umidade, poluição do ar e odores ofensivos, aumentam a raiva e, portanto, diminuem o limite para o comportamento agressivo.[61] Uma forma potente de desconforto é a fome, que é acompanhada por um baixo nível de glicose no sangue. Brad Bushman e seus colegas recrutaram 107 casais para um estudo.[62] Ele começou avaliando a qualidade de seus relacionamentos e os ensinou como medir o açúcar no sangue. Em seguida, ele enviou cada voluntário para casa com uma boneca de vodu e 51 alfinetes, dizendo-lhes que a

boneca representava seu cônjuge. Todas as noites, eles deviam esfaquear a boneca com alfinetes que refletissem o quanto estavam zangados com o cônjuge naquele dia - quanto mais alfinetes, mais raiva. Após três semanas, Bushman e sua equipe avaliaram os danos causados a cada boneca. Os cônjuges com os níveis mais baixos de açúcar no sangue enfiaram mais do que o dobro de alfinetes nas bonecas de vodu, em comparação com as pessoas com os níveis mais altos.

Esses sentimentos de raiva se traduziram em comportamento agressivo? No experimento seguinte, os pesquisadores fizeram os casais jogarem um jogo de computador em que o vencedor explodiu seu cônjuge com uma mistura de ruídos horríveis que a maioria das pessoas odeia, como unhas arranhando quadros-negros, brocas de dentista e sirenes. Mais uma vez, quanto menor o nível de açúcar no sangue de uma pessoa, maior a probabilidade de ela criticar o cônjuge. Como disse Bushman, os maridos machucam suas esposas porque eles estavam sentindo a combinação tóxica de raiva e fome - eles estavam "famintos".

Calor e aquecimento global Dado o fato de que nosso planeta está esquentando, o que essa mudança pode prever em termos de agressão?Em 1967, quando o país estava dividido por causa da guerra do Vietnã e da injustiça racial, os líderes nacionais temiam que motins e outras formas de agitação cívica ocorressem com maior frequência no calor do verão do que no outono, inverno ou primavera. E, de fato, durante o que veio a ser chamado de “o longo e quente verão de 1967”, 159 distúrbios raciais eclodiram em todo o país. O calor foi um fator contribuinte? Por acaso, sim. Em uma análise sistemática de distúrbios que ocorreram em 79 cidades entre 1967 e 1971, Merrill Carlsmith e Craig Anderson[63] descobriram que os distúrbios eram muito mais prováveis de ocorrer durante os dias quentes do que durante os dias frios. Em estudos subsequentes, Anderson e seus colegas[64] mostraram que, quanto mais quente está em um determinado dia, maior a probabilidade de as pessoas cometerem crimes violentos. Além disso, o calor não aumentou a incidência de roubo e outros crimes contra a propriedade, fortalecendo assim a ligação entre o calor e a agressão (não simplesmente a criminalidade geral).

Mas, como você já sabe, temos que ser cautelosos ao interpretar eventos que ocorrem em ambientes naturais. O cientista em você pode ficar tentado a perguntar se o aumento da agressão se deve à própria temperatura ou simplesmente ao fato de que mais pessoas estão propensas a sair (atrapalhando-se!) Em dias quentes do que em dias frios ou chuvosos. Então, como podemos determinar que é o próprio calor que causou a agressão e não apenas a maior oportunidade de contato? Podemos levar o fenômeno para o laboratório, o que acaba sendo extremamente fácil de fazer. Em um desses experimentos, William Griffitt e Roberta Veitch[65] simplesmente administraram um teste aos alunos, alguns dos quais o fizeram em uma sala com temperatura normal e outros em uma sala onde a temperatura foi permitida subir para 27 ° C. Os alunos na sala quente não apenas relataram que se sentiam mais agressivos, mas também expressaram mais hostilidade para com um estranho a quem foram solicitados a descrever e avaliar. Evidências adicionais do mundo natural ajudam a fortalecer nossa crença de que o culpado é o calor: nos jogos da liga principal de beisebol, significativamente mais rebatedores são atingidos por bolas lançadas quando a temperatura está acima de 90 ° do que quando está abaixo de 90 °.[66] E na cidade deserta de Phoenix, Arizona, os motoristas sem carros com ar-

condicionado são mais propensos a buzinar em congestionamentos do que os motoristas com carros com ar-condicionado.[67]

Se o calor aumenta a hostilidade, o aquecimento global também deve ter um efeito sobre a agressão. Uma análise de 60 estudos de arqueologia, psicologia e outras disciplinas - com dados que remontam (incrivelmente) a 10.000 aC e cobrindo todas as regiões do mundo - descobriu quetemperaturas mais altas aumentam substancialmente o risco de muitos tipos de conflito, desde violência doméstica, assassinato e estupro até tumultos e guerras civis.[68]

Rejeição, exclusão e provocação Como observei no Capítulo 2 , a dor social é registrada em nosso cérebro da mesma forma que a dor física e também produz agressão. Em 1999, na Columbine High School em Littleton, Colorado, dois alunos (Eric Harris e Dylan Klebold), armados até os dentes e muito zangados, explodiram, matando um professor e 14 alunos (incluindo eles próprios). Este foi o mais dramático e mais devastador dos 11 incidentes que ocorreram nas escolas em menos de três anos e que ocorrem com regularidade, em parte porque são cobertos pela mídia e, portanto, inspiram imitadores.[69]

O que levou os assassinos de Columbine ao limite? Embora mais tarde tenhamos descoberto que Harris provavelmente era um psicopata, a história é mais do que isso. Depois de um estudo intensivo da situação, estou convencido de que os assassinatos em massa são apenas a ponta patológica de um enorme iceberg: a atmosfera social venenosa que prevalece em muitas escolas de ensino médio neste país - uma atmosfera repleta de exclusão, rejeição, insultos e humilhação.[70] No ensino médio, há uma hierarquia rígida de panelinhas com atletas, oficiais de classe, líderes de torcida e “garotos legais” no topo. Na parte inferior estão as crianças que os que estão no topo chamam de nerds, góticos, geeks, solitários, homos - crianças que são muito gordas, muito magras, muito baixas, muito altas, usam as roupas erradas ou o que quer que seja. Os adolescentes próximos ao topo da hierarquia estão constantemente rejeitando, provocando e ridicularizando aqueles que estão abaixo deles. Mark Leary e seus associados[71] conduziram uma análise sistemática de mais de 15 tiroteios em escolas que ocorreram durante um período de cinco anos e descobriram que a rejeição aguda ou crônica - ostracismo, bullying ou rejeição romântica - estava presente em todos, exceto dois dos incidentes. Os outros fatores eram o fascínio por armas, explosivos e satanismo, bem como problemas psicológicos como depressão e controle insuficiente dos impulsos.

Pesquisa de Jean Twenge, Roy Baumeister e outros[72] demonstra que ser rejeitado tem uma infinidade de efeitos negativos, entre os quais um aumento dramático na agressividade. Em um experimento, estudantes universitários se reuniram em um grupo e se conheceram. Eles foram então solicitados a indicar com qual dos seus colegas estudantes gostariam de colaborar no futuro. Uma amostra aleatória deos participantes receberam a informação de que ninguém queria trabalhar com eles. Quando posteriormente tiveram a oportunidade de agredir, os “rejeitados” expressaram uma hostilidade muito mais intensa (contra aqueles que os rejeitaram, bem como contra os indivíduos neutros) do que aqueles que não foram excluídos. Em outro experimento, as pessoas rejeitadas durante um jogo de bola cibernética eram mais propensas a explodir seu rejeitador com um ruído alto do que aquelas que haviam sido incluídas; e os

participantes excluídos eram especialmente agressivos se tivessem medido baixo controle de impulso.

Os atiradores violentos costumam deixar bem claro seu senso de rejeição. Em um vídeo que Harris e Klebold gravaram pouco antes de sua onda de assassinatos, eles protestaram especificamente contra o grupo que os rejeitou e humilhou. Isso foi confirmado por um estudante do grupo de Columbine, que, quando entrevistado algumas semanas após a tragédia, justificou seu próprio comportamento excludente dizendo o seguinte:

A maioria das crianças não os queria lá. Eles gostavam de bruxaria. Eles gostavam de vodu. Claro que provocamos eles. Mas o que você espera das crianças que vêm para a escola com penteados esquisitos e chifres no chapéu? Se você quer se livrar de alguém, geralmente você provoca. Portanto, toda a escola os chamaria de homossexuais.[73]

Da mesma forma, antes de Elliot Rodger matar seis pessoas e ferir outras 23 em Santa Bárbara, ele escreveu um “manifesto” descrevendo suas muitas queixas. Ele sofreu bullying na 10ª série, escreveu ele, e acrescentou:

Eu estava completa e totalmente sozinho. Ninguém me conhecia ou estendeu a mão para me ajudar. Eu era um garotinho inocente e assustado preso em uma selva cheia de predadores maliciosos, e não tive misericórdia. Alguns meninos me empurraram aleatoriamente contra os armários enquanto passavam por mim no corredor. Um menino que era alto e tinha cabelo loiro me chamou de 'perdedor', bem na frente de suas namoradas ... Eu desenvolvi sentimentos extremos de inveja, ódio e raiva por qualquer pessoa que tenha uma vida sexual. Eu os via como inimigos. Eu me senti condenado a viver uma vida de celibato solitário enquanto outros meninos podiam experimentar os prazeres do sexo, tudo porque as meninas não me queriam. Eu me sentia inferior e indesejável. Desta vez, entretanto, eu não poderia mais ficar parado e aceitar tal injustiça.

Claro, nem todos os alunos rejeitados e insultados partem para uma onda de assassinatos. O comportamento de atiradores como esses é patológico ao extremo, mas certamente não incompreensível. Meu melhor palpite é que existem centenas de milhares de alunos passando porexperiências igualmente estressantes. Eles podem sofrer em silêncio, mas sofrem. Nas semanas que se seguiram ao massacre de Columbine, as salas de bate-papo da Internet foram inundadas com postagens de adolescentes infelizes. Embora não tenham tolerado o comportamento dos atiradores, a esmagadora maioria disse que o entendeu, expressando sua própria mágoa e raiva por terem sido rejeitados e insultados. Eles postaram comentários que podem ser resumidos da melhor maneira: "Claro, eu nunca atiraria em ninguém, mas tenho certeza de que tenho fantasias sobre isso!"

Esse tipo de declaração deve nos fazer sentar e prestar atenção. Existe algo que possamos fazer para mudar a atmosfera social em nossas escolas? sim. Discutirei algumas intervenções testadas e comprovadas no final deste capítulo, bem como no capítulo seguinte.

Frustração, privação e agressão De todas as condições desagradáveis que provocam agressão - raiva, dor, calor excessivo, fome e rejeição - o principal instigador da agressão é a frustração. Imagine a seguinte situação: você deve dirigir pela cidade para uma

importante entrevista de emprego. No caminho para o estacionamento, você percebe que está um pouco atrasado para o compromisso, então começa a trotar rápido. Quando você encontra seu carro, percebe, para sua consternação, que um pneu furou. “Ok, vou chegar vinte minutos atrasado; isso não é tão ruim ”, você diz enquanto pega o macaco e puxa a chave inglesa do porta-malas. Depois de muito puxar e puxar, você remove o pneu velho, coloca o estepe, aperta os talões - e vejam só, o estepe também está furado! Fervendo de frustração, você volta para o dormitório e entra no quarto. Seu colega de quarto vê você parado ali, currículo em mãos, suado, sujo e amarrotado. Avaliando imediatamente a situação, ele pergunta com humor: "Como foi a entrevista?" Ele deve estar preparado para se abaixar?

Se um indivíduo é impedido no caminho para uma meta, a frustração resultante aumentará a probabilidade de uma resposta agressiva. Uma demonstração dessa relação de **frustração e agressão** vem de um experimento clássico de Roger Barker, Tamara Dembo e Kurt Lewin.[74] Esses psicólogos frustravam crianças pequenas mostrando-lhes uma sala cheia de brinquedos atraentes, que eram então mantidos fora de alcance. As crianças ficaram do lado de fora de uma tela de arame, olhando para os brinquedos, na esperança de brincar com eles - até mesmo esperando brincar com eles - mas não conseguiam alcançá-los. Depois de uma espera dolorosamente longa, as crianças finalmente puderam brincar com os brinquedos. Neste experimento, um grupo separado de crianças foi autorizado a brincar com os brinquedosdiretamente, sem primeiro ficar frustrado. Este segundo grupo de crianças brincou alegremente com os brinquedos. Mas o grupo frustrado, quando finalmente teve acesso aos brinquedos, foi extremamente destrutivo. Muitos deles quebraram os brinquedos, jogaram-nos contra a parede e pisaram neles. Fale sobre a frustração que leva à agressão!

frustração-agressão:

quando uma pessoa é impedida no caminho para uma meta, a frustração aumentará a probabilidade de uma resposta agressiva

Vários fatores podem acentuar as respostas raivosas à frustração. Suponha que você estivesse prestes a morder um Big Mac e alguém o roubasse. Isso provavelmente iria frustrá-lo - e levar a uma resposta agressiva - do que se alguém o tivesse impedido se você estivesse apenas a caminho do McDonald's para comprar um Big Mac. Um análogo desta situação foi demonstrado em um estudo de campo por Mary Harris.[75] Ela fez os alunos cortarem na frente de pessoas que esperavam na fila pelos ingressos, do lado de fora dos restaurantes ou na fila do caixa de um supermercado; às vezes cortam na frente da segunda pessoa da fila, outras vezes na frente da décima segunda pessoa. As pessoas que estavam atrás do intruso tornaram-se muito mais agressivas quando o aluno cortou para o segundo lugar da fila. A frustração tende a ser alta quando uma meta está ao seu alcance e à vista quando você é impedido de alcançá-la.

Quando a interrupção é inesperada ou parece ilegítima, a frustração aumenta ainda mais, como um experimento de James Kulik e Roger Brown[76] demonstrado. Os participantes foram informados de que poderiam ganhar dinheiro telefonando para doações para instituições de caridade e obtendo promessas. Alguns dos chamadores esperavam um alto índice de contribuições, sendo informados de que as ligações anteriores haviam sido

bem-sucedidas em quase dois terços das vezes; outros foram levados a esperar muito menos sucesso. Quando o doador potencial recusou-se a contribuir, como todos fizeram (já que os participantes estavam ligando para os cúmplices dos experimentadores), os chamadores com grandes expectativas falaram mais asperamente e desligaram o telefone com mais força. Os experimentadores também variaram os motivos dados pelos confederados para se recusarem a contribuir, às vezes fazendo com que pareçam legítimos ("Não posso contribuir") e às vezes fazendo com que pareçam arbitrários e ilegítimos ("As instituições de caridade são uma perda de tempo e um rasgo fora"). As pessoas que ouviram recusas que pareciam injustificadas tornaram-se mais agressivas.

A experiência frustrante de *percepção de* injustiça também pode provocar agressão, um efeito tão fundamental que foi demonstrado com macacos. Sarah Brosnan e Frans de Waal[77] macacos-prego recompensados com fatias de pepino em troca de uma ficha. Os macacos adoram pepinos, então esta foi uma transação feliz.Mas se um macaco próximo recebesse uma uva como seu símbolo (macacos gostam mais de uvas do que de pepinos), o primeiro macaco ficaria zangado - o pepino, à luz da transação da uva, agora era uma oferta insultuosa. Alguns macacos ofendidos jogaram o pepino no experimentador com raiva!

Em suma, a frustração é mais pronunciada quando a meta está ao alcance, quando as expectativas são altas, quando a regra da justiça foi violada e quando a meta é bloqueada sem um motivo convincente. Esses fatores ajudam a estabelecer a importante distinção entre frustração e privação. Crianças que não têm brinquedos (e macacos que não têm uvas) não ficam necessariamente irritadas ou agressivas. Em vez disso, como indica o experimento com brinquedos, foram as crianças que tinham todos os motivos para *esperar* brincar com os brinquedos que se sentiram frustradas quando essa expectativa foi frustrada; essa esperança frustrada foi o que fez com que as crianças se comportassem de forma destrutiva.

Experimentos como esses e estudos sociológicos em nível nacional levaram à descoberta de que a frustração geralmente não é o resultado de uma simples privação; é o resultado de **uma privação relativa** , a privação que sentimos quando vemos outros desfrutando de uma situação melhor ou quando somos privados de algo relativo às nossas expectativas. Se você já pilotou um ônibus, provavelmente sabe do que estou falando. Depois de esperar na fila do segurança e, em seguida, esperar os outros passageiros embarcarem no portão, agora você deve passar pela cabine da primeira classe para chegar ao seu assento. Como você está começando a duvidar que encontrará espaço no alto para sua bagagem de mão, muito menos espaço para suas pernas em assentos cada vez menores, você é presenteado com a visão de passageiros de primeira classe relaxando em relativo esplendor, desfrutando de champanhe e nozes torradas, e sendo atendido por um comissário de bordo que parece genuinamente feliz por tê-los a bordo. Como você está se sentindo?

privação relativa:

o sentimento que ocorre quando as pessoas percebem que outras pessoas têm mais ou estão fazendo melhor do que elas, e que o sistema as está tratando injustamente em relação ao que as pessoas ao seu redor têm

De acordo com estudos de “air rage”, o comportamento hostil e abusivo demonstrado por passageiros de companhias aéreas, você não está se sentindo tão bem; você ficaria muito mais feliz se não houvesse uma seção de primeira classe no avião. Katherine DeCelles e Michael Norton[78] coletou um conjunto completo de todos os incidentes aéreos a bordo ao longo de vários anos de uma grande companhia aérea internacional e descobriu que a presença de uma cabine de primeira classe produzia quatro vezes mais incidentes agressivos entre os passageiros da classe econômica, especialmente quando os passageiros da classe econômica tinham que embarcar em a frente e caminhe pela cabine de primeira classe. Quando o serviço de linha aérea é uma classe para todos, não há privação “relativa”; Estáabsoluto. De alguma forma, eu duvido que as companhias aéreas tirem proveito dessa importante descoberta; onde grandes corporações estão envolvidas, o lucro de curto prazo quase sempre supera a satisfação do cliente.

A privação relativa explica um mistério persistente sobre a maioria das revoluções sociais: elas geralmente não são iniciadas por pessoas cujos rostos estão na lama. Eles são iniciados com mais frequência por pessoas que recentemente levantaram o rosto da lama, olharam em volta e perceberam que outras pessoas estão se saindo melhor do que elas e que o sistema as está tratando de forma injusta. Os países com as maiores disparidades de renda apresentam taxas mais altas de homicídio e outros indicadores de agressão, se os cidadãos acreditarem que a desigualdade de renda é injusta.[79] Na década de 1960, os motins mais intensos de afro-americanos não ocorreram nas áreas geográficas de maior pobreza; aconteceram em Los Angeles (Watts) e Detroit, onde as coisas não eram tão ruins para os negros, econômica e socialmente, como em muitas outras partes do país. Mas eram ruins em relação às percepções dos negros, nessas comunidades, do que os brancos tinham. Como Alexis de Tocqueville escreveu há mais de 150 anos, “Os males que são tolerados pacientemente quando parecem inevitáveis, tornam-se intoleráveis quando a ideia de escapar deles é sugerida”.[80]

Enquanto as pessoas viverem com esperanças insatisfeitas, sentirão frustrações que podem resultar em agressão. A agressão pode ser reduzida satisfazendo sua esperança - ou tentando extingui-la. Pessoas sem esperança são pessoas apáticas. Os ugandeses, quando viviam sob a tirânica, repressiva e violenta ditadura de Idi Amin, não ousavam sonhar em melhorar as condições ou se rebelar contra o governo de Amin. Na ex-União Soviética, uma rebelião séria ocorreu somente a partir de 1991, quando o governo afrouxou as correntes que controlavam a população. Na África do Sul, os negros não se revoltaram contra o apartheid, desde que fossem impedidos de esperar por algo melhor. Claramente, eliminar as esperanças das pessoas de uma vida melhor e mais justa é um meio indesejável de reduzir a agressão. A graça salvadora de nossa nação é que - teoricamente, pelo menos - esta é uma terra prometida. Ensinamos nossos filhos, explícita e implicitamente, a ter esperança, esperar e trabalhar para melhorar suas vidas. Mas, a menos que essa esperança tenha uma chance razoável de ser realizada, a turbulência será inevitável e a paz indescritível. Os demagogos que cinicamente criam as esperanças da população, sem antes terem explorado os meios de realizá-las, estão lançando as sementes da revolução.

Aprendizagem Social e Agressão

Volto-me agora para algumas descobertas da **teoria da aprendizagem cognitiva social** , que sustenta que as pessoas aprendem como se comportar - incluindo de forma agressiva ou prestativa - por meio de processos cognitivos, como suas crenças e percepções de eventos e por meio da observação e imitação de outras pessoas.

teoria da aprendizagem social cognitiva:

a teoria de que as pessoas aprendem a se comportar por meio de seus processos cognitivos, como suas percepções de eventos e por meio da observação e imitação de outros

Observei que a dor, a fome, o calor e a frustração freqüentemente provocam agressão, mas a teoria do aprendizado social cognitivo nos lembra que entre a provocação e a reação está o cérebro humano: nossa capacidade de levar em consideração as intenções dos outros. Considere as seguintes situações: (1) uma pessoa atenciosa pisa acidentalmente em seu dedo do pé; (2) uma pessoa irrefletida, que você sabe que não se importa com você, pisa no seu pé. Vamos supor que a quantidade de pressão e dor seja exatamente a mesma em ambos os casos (e que você não tenha bebido!). Meu palpite é que a última situação evocaria uma resposta agressiva, mas a primeira produziria pouca ou nenhuma agressão.

Para demonstrar o efeito das percepções intervenientes no comportamento, Shabaz Mallick e Boyd McCandless[81] frustraram crianças da terceira série ao organizar as coisas de forma que a falta de jeito de outra criança as impedisse de alcançar uma meta que resultaria em um prêmio em dinheiro. Subseqüentemente, algumas dessas crianças receberam uma explicação razoável para o comportamento da criança que as havia cometido; disseram que ele estava "com sono e chateado". As crianças nessa condição dirigiram muito menos agressão contra a criança contrária do que as crianças que não receberam essa explicação. Além disso, pesquisas posteriores[82] usando adultos indica que estamos menos aptos para retaliar contra alguém que tem provocado a nossa raiva quando ouvimos uma boa desculpa para suas ações *antes* que eles ocorram em vez de após o fato. E se conhecemos a história de alguém, é menos provável que culpemos essa pessoa e fiquemos irritados com seus erros.[83]

Mas, assim como essas explicações podem reduzir a agressão em uma pessoa que está frustrada, a presença de estímulos agressivos pode aumentar a agressão. Leonard Berkowitz e seus colegas mostraram que, se um indivíduo está irritado ou frustrado, a simples menção de uma palavra ou nome associado à provocação aumentará o nível de agressão dessa pessoa. Em um experimento,[84] participantes foram emparelhados com outro aluno (um cúmplice do experimentador) que foi apresentado como um "boxeador universitário" ou como um "graduado em fala". Istocúmplice irritou os participantes chocando-os; depois, metade deles assistiu a uma cena violenta de uma luta de boxe de um filme, enquanto os outros assistiram a um clipe de filme emocionante, mas não agressivo. Quando, posteriormente, teve a chance de chocar o confederado, aqueles que haviam assistido ao violento segmento do filme administraram choques cada vez mais longos. Além disso, aqueles emparelhados com o "boxeador" aplicaram mais choques a esse alvo do que aqueles emparelhados com o "major da fala". A própria palavra *boxeador* servia como um estímulo agressivo.

Assim como as palavras, o mesmo ocorre com os objetos. A mera presença de um objeto associado à agressão - uma arma, rifle ou outra arma - pode servir como uma deixa para uma resposta agressiva. Em um experimento clássico desse **efeito de armas** ,[85] estudantes universitários foram insultados (e, portanto, irritados) em uma sala em que um rifle foi deixado largado (aparentemente de um experimento anterior) e outros em uma sala em que um objeto neutro (uma raquete de badminton) foi substituído pelo rifle. Os alunos tiveram então a oportunidade de administrar choques elétricos a um colega. Aqueles que ficaram com raiva na presença do rifle, do *estímulo agressivo* , administraram mais choques elétricos do que aqueles que ficaram com raiva na presença da raquete de badminton.[86]

efeito de armas:

quando a mera presença de um objeto associado à agressão - espingarda, rifle ou outra arma - serve como uma deixa para uma resposta agressiva

Os experimentos descobriram que as pessoas dirigem de forma mais agressiva se atribuídas aleatoriamente a uma condição em que uma arma (em vez de uma raquete de tênis) está no banco do passageiro,[87] evidências que contradizem o slogan freqüentemente visto em adesivos de para-choque: “Armas não matam pessoas, pessoas sim.” Como disse Berkowitz: “O dedo puxa o gatilho, mas o gatilho também pode puxar o dedo”. Talvez as taxas de violência na América sejam tão altas porque somos a sociedade mais fortemente armada do mundo, com mais armas do que cidadãos.[88] Isso significa que não temos apenas os meios para matar, mas também um fluxo constante de pistas que provocam pensamentos agressivos. Essas pistas associadas à agressão, inconscientemente, adicionam lenha ao fogo.

Um aspecto do aprendizado social que tende a inibir a agressão é a tendência que a maioria das pessoas tem de assumir a responsabilidade por suas ações. Mas o que acontece se esse senso de responsabilidade for enfraquecido? Philip Zimbardo[89] demonstrou que pessoas que são anônimas e, portanto, não identificáveis, tendem a agir de forma mais agressiva do que pessoas que não são anônimas. No experimento de Zimbardo, as alunas foram obrigadas a chocar outro aluno como parte de um "estudo de empatia". Alguns alunos tornaram-se anônimos; eles estavam sentados em uma sala mal iluminada, vestidos com túnicas largas e grandes capuzes, e nunca mencionados pelo nome. Outros eram facilmente identificáveis; seusA sala estava bem iluminada, eles não usavam túnicas ou capuzes e cada mulher usava um crachá com o nome. Como esperado, os alunos anônimos administraram choques mais longos e severos. O anonimato induz a **desindividualização** , um estado de menor autoconsciência, redução da preocupação com o que as outras pessoas pensam deles e enfraquecimento das restrições contra formas proibidas de comportamento. Quando nos tornamos autoconscientes, tendemos a defender nossos próprios valores (por exemplo, “Não farás mal”); quando somos anônimos e não autoconscientes, tendemos a agir mais por impulso. É por isso que, por exemplo, as pessoas comem menos pipoca quando estão diante de um espelho do que quando estão sentadas em um teatro às escuras.[90]

desindividuação:

um estado de autoconsciência reduzida, preocupação reduzida com a avaliação social e restrições enfraquecidas contra formas proibidas de comportamento

Por fazer parte de um experimento de laboratório controlado, o tipo de agressão exibido pelas mulheres na pesquisa de Zimbardo empalidece em comparação com os atos violentos e impulsivos de violência tipicamente associados com turbas e justiça vigilante, mas a desindividuação também se aplica lá. Brian Mullen[91] analisou reportagens de jornal sobre 60 linchamentos perpetrados entre 1899 e 1946, e ele encontrou uma forte relação entre o tamanho da multidão e a violência: quanto maior a multidão, mais hediondas as atrocidades cometidas. Quando as pessoas fazem parte de uma multidão, elas ficam "sem rosto", menos autoconscientes e menos atentas às proibições contra ações destrutivas. Portanto, é menos provável que assumam a responsabilidade por seu comportamento. Em *To Kill a Mockingbird* , de Harper Lee , uma multidão de homens brancos se reúne para linchar Tom Robinson, um homem negro que foi falsamente acusado de estupro. Scout, a filha de oito anos do advogado de Robinson, Atticus Finch, reconhece um dos homens e o chama pelo nome. Ao fazer isso, ela o *individualiza* , tornando-o responsável por suas próprias ações. A multidão gradualmente se dispersa e vai para casa.

No entanto, você não precisa fazer parte de uma multidão ou gangue para ser desindividido; você só precisa se sentar em frente ao computador. Na internet, ninguém precisa saber quem você é, e o resultado é muito aparente nos comentários muitas vezes maldosos que as pessoas postam. Para conter a agressão facilitada pela desindividualização online, muitos sites hoje exigem que as pessoas façam login pelo Facebook ou pelo nome. A desindividualização, entretanto, nem sempre e inevitavelmente torna as pessoas mais agressivas; aumenta sua conformidade com as normas do grupo. Pessoas felizes dançando em um calçadão durante as férias de primavera também podem ser desindividididas e levadas a se comportar de maneiras que não fariam se estivessem autoconscientes - como tirar o essencial e dançar em cima de mesa.[92]

O outro componente principal na teoria da aprendizagem cognitiva social é o poder da imitação. Em uma série de experimentos clássicos, Albert Bandura e seus colegas[93] estabeleceu um procedimento básico no qual um adulto bateu em um boneco "Bobo" de plástico cheio de ar (o tipo que ricocheteou depois de ser derrubado), enquanto crianças pequenas observavam e mais tarde tinham a oportunidade de brincar com o Bobo bonecos próprios. Às vezes, o adulto acompanhava sua agressão física com abuso verbal. As crianças não apenas imitavam a agressividade do adulto, às vezes batendo por soco e chutando por chute, mas também se comportavam de outra forma agressiva depois de observá-la. Em suma, as crianças fizeram mais do que copiar o adulto; seu comportamento serviu de inspiração para que surgissem suas próprias formas de agressão. Por que esses experimentos são considerados tão importantes? Quem se importa com o que acontece com um boneco Bobo, afinal? Fique ligado.

Violência e mídia de massa

A maioria das crianças americanas está imersa em imagens de violência por meio da televisão, filmes, videogames, música pop e rap, videoclipes, quadrinhos e internet. Imerso nisso? Eles são marinados nele! Eles veem um desfile interminável de

assassinatos, estupros, espancamentos, explosões e bandidos cometendo atos brutais, bem como mocinhos fazendo coisas brutais para pegá-los. A violência em filmes mais do que dobrou desde 1950, e a violência armada em filmes classificados como PG-13 mais do que triplicou desde 1985. Na verdade, os filmes PG-13 agora contêm tanta violência quanto os filmes classificados como R.[94]

Muitas pessoas - psicólogos e também o público em geral - estão preocupados com todo o caos que crianças e adolescentes observam; eles acham que deve haver consequências significativas, começando por fazer com que as armas pareçam legais e emocionantes. Para eles, é tão óbvio quanto o estudo do boneco Bobo que as crianças imitam a violência que veem na TV e no cinema e são afetadas emocionalmente por ela. Se, como vimos no Capítulo 4 , os modelos pró-sociais e as histórias da mídia podem aumentar o comportamento útil das crianças (e adultos) que os observam, certamente os vídeos violentos e anti-sociais muito mais comuns podem aumentar o comportamento anti-social e violento.[95]

Para muitos outros, porém, isso não é um problema. Quão poderosa pode ser a violência na mídia, eles perguntam, se durante os mesmos anos em que a violência armada nos filmes PG-13 triplicou, a violência armada no mundo real e os crimes violentos em geral cometidos por jovens diminuíram para níveis recordes? Além do mais,Eles acrescentam que a violência na mídia consiste em histórias e imagens semelhantes a desenhos animados que “todos sabem” não são reais.[96] Na verdade, esse foi o raciocínio por trás da decisão da Suprema Corte de 2011 de que os videogames podem ser vendidos para menores, não importa o quão violentos sejam os jogos, incluindo as populares séries *Mortal Kombat* e *Grand Theft Auto* .

E assim o debate continua. Como você resolveria isso? As histórias nos noticiários parecem fornecer uma resposta convincente. Por exemplo, vários anos atrás, um homem dirigia seu caminhão pela janela de uma lanchonete lotada em Killeen, Texas; saiu da cabine; e começou a atirar em pessoas aleatoriamente, matando 22. Em seu bolso, a polícia encontrou um canhoto de ingresso para *The Fisher King* , um filme que retrata um homem louco disparando uma espingarda em um bar lotado, matando várias pessoas. Ou que tal os dois adolescentes no Tennessee que pegaram suas armas e saíram atirando em carros que passavam em uma rodovia, matando um motorista, porque queriam encenar seu videogame favorito, *Grand Theft Auto* ? Por outro lado, há o caso de um homem que, ao ver um filme mostrando mulheres dançando na tela, convenceu-se de que todas as mulheres eram imorais e mereciam morrer. Ele então cometeu quatro crimes de estupro antes de ser pego. Ironicamente, o filme que o desencadeou foi *Os Dez Mandamentos.*

Anedotas como essas, por mais interessantes que sejam, não são suficientes para responder à questão dos efeitos da violência na mídia. É muito fácil escolher seus exemplos para fazer um caso de qualquer maneira; você pode selecionar exemplos de crianças que jogam *Grand Theft Auto* e depois sair para fazer o dever de casa e ter aulas de piano. Conseqüentemente, os pesquisadores conduziram estudos experimentais e de campo para tentar desvendar essa questão complicada.

Estudando a violência na mídia A beleza do experimento de laboratório é que nos permite determinar se as imagens na mídia têm algum impacto no comportamento de uma amostra aleatória de pessoas. A maioria das primeiras evidências experimentais demonstrou que assistir à violência aumenta a frequência de comportamento agressivo, emoções raivosas e pensamentos hostis.[97] Mas nem todo estudo encontrou esse “efeito boneco Bobo” (veremos por quê, em breve). Hoje, muitos pesquisadores acreditam que os efeitos mais fortes da violência na mídia ocorrem quando as crianças estão ativamente jogando videogames violentos. Jogos que recompensam diretamente a violência - por exemplo, atribuindo pontos ou movendo o jogador para o próximo nível após uma "morte" - são especialmente propensos a aumentar os sentimentos de hostilidade, pensamentos agressivos eatos agressivos.[98] Uma meta-análise de 98 estudos, com quase 37.000 participantes, descobriu que tanto os videogames violentos quanto os pró-sociais têm efeitos diretos em seus jogadores.[99]

O laboratório nos permite demonstrar que algo significativo está acontecendo, mas os experimentos não podem começar a capturar os efeitos em uma pessoa que joga videogame por horas todos os dias e vive em uma dieta constante de violência por anos. Para investigar esse efeito, precisamos usar estudos longitudinais nos quais as crianças são acompanhadas por um ano ou mais. O pesquisador tem menos controle sobre os fatores que estão sendo estudados, mas é uma maneira melhor de determinar os efeitos do que uma criança está realmente sendo exposta. Além disso, ao contrário da maioria dos experimentos de laboratório que devem usar medidas artificiais de agressão (como administrar ruídos altos ou choques elétricos falsos), os estudos longitudinais podem medir o comportamento real. A desvantagem desse método é que a vida das pessoas está repleta de muitos outros fatores que podem aumentar ou atenuar os efeitos da violência na mídia.

É por isso que os resultados da pesquisa longitudinal são complicados. Para começar, esses estudos geralmente descobrem que quanto mais violência as crianças assistem, mais agressivamente elas se comportam mais tarde como adolescentes e jovens adultos. Por exemplo, um estudo acompanhou 430 crianças em idade fundamental da terceira à quinta série ao longo de um ano escolar. Os investigadores mediram três tipos de agressão - verbal, relacional e física - e exposição à violência na televisão, filmes e videogames. Eles mediram os comportamentos agressivos e pró-sociais das crianças duas vezes durante o ano, entrevistando os colegas e professores das crianças e também observando as crianças diretamente. Eles descobriram que o consumo de violência na mídia pelas crianças no início do ano escolar previa taxas mais altas de todos os três tipos de agressão e menos comportamento pró-social no final do ano.[100]

Mas o maior desafio envolvido na tentativa de interpretar os dados na maioria dos estudos longitudinais ou de levantamento é separar a causa e o efeito. A suposição usual é que assistir à violência torna as crianças e adultos mais agressivos, mas as pessoas agressivas também são atraídas para assistir à violência. Além disso, outro fator totalmente independente pode estar causando os dois. Algumas crianças nascem com predisposição mental ou emocional para a violência; aprendam como crianças, pela maneira como são tratadas por pais ou irmãos abusivos; ou, de outras maneiras, desenvolve a agressividade como um traço de personalidade. Para essas crianças, os

efeitos da mídia empalidecem em comparação com os preditores muito mais poderosos de comportamento agressivo, incluindo serrejeitado socialmente pelos pares, ser vítima de maus-tratos físicos, pertencer a um grupo de pares que endossa e encorajar a violência e viver em uma comunidade onde a agressão é um estilo de vida.[101] O resultado se manifesta no comportamento agressivo das crianças *e* no gosto delas por assistir à violência ou fazer brincadeiras agressivas.[102]

Em um experimento que investigou a interação entre temperamento e exposição à violência, as crianças assistiram a um filme que retratava grande parte da violência policial ou a um filme empolgante, mas não violento, sobre corrida de bicicleta. Eles então jogaram uma partida de hóquei no chão. Assistir ao filme violento aumentou o número de atos agressivos que as crianças cometeram durante o jogo de hóquei, mas principalmente por aqueles que já haviam sido classificados como altamente agressivos por seus professores. Essas crianças batiam em outras pessoas com seus bastões, jogavam cotoveladas e gritavam coisas agressivas contra seus oponentes muito mais do que as crianças classificadas como não agressivas que também assistiram ao filme violento ou as crianças classificadas como agressivas que assistiram ao filme não violento .[103] Da mesma forma, alguns estudos longitudinais mostraram que a exposição à violência na mídia ou videogame tem a relação mais forte em crianças que já estão predispostas à violência.[104]

Efeitos inesperados da violência na mídia Lembre-se de que, no início deste capítulo, perguntei: “Como me tornei tão desatento ao ver imagens de brutalidade no Vietnã enquanto meu filho caía em lágrimas?” Há boas evidências de que, com o tempo, a exposição a representações gráficas de violência nos entorpece. Ficamos cada vez mais angustiados ao ver pessoas feridas, um processo conhecido como **dessensibilização** . As pessoas podem ficar insensíveis ao assistir a cenas de guerra no noticiário noturno, jogar *Grand Theft Auto* durante horas por dia e, infelizmente, ao testemunhar violência real, digamos, entre pais. Em um dos primeiros experimentos sobre o assunto, os pesquisadores mediram as respostas fisiológicas de homens jovens enquanto assistiam a uma partida de boxe bastante sangrenta.[105] Aqueles que assistiam muita televisão em suas vidas diárias pareciam relativamente indiferentes à confusão no ringue; eles mostraram pouca evidência fisiológica de excitação, ansiedade ou outra excitação. Eles não foram movidos pela violência. Mas aqueles que assistiram relativamente pouca TV mostraram grande excitação fisiológica; a violência realmente os agitou. Hoje, aquela “luta sangrenta de boxe” de um experimento de 40 anos parece inofensiva em comparação com *Game of Thrones* ou *The Walking Dead* . O próprio fato de que a violência teve que aumentar em horrível e intensidade para obter a mesma reação deaudiências que a violência moderada costumava representar podem ser a ilustração perfeita dos efeitos entorpecentes de uma dieta de violência.

dessensibilização:

um processo pelo qual nos tornamos cada vez menos angustiados quando vemos pessoas feridas

Embora o entorpecimento psíquico possa nos proteger de nos sentirmos chateados, também pode ter o efeito indesejado de aumentar nossa indiferença para com as

verdadeiras vítimas de violência e outras pessoas que precisam de ajuda. Em um experimento, Brad Bushman e Craig Anderson[106] fez com que os participantes jogassem um videogame violento ou não violento por 20 minutos e, em seguida, preenchessem um longo questionário. Enquanto fazia isso, o participante foi autorizado a ouvir um incidente violento que irrompeu na sala ao lado. Uma discussão verbal evoluiu para uma disputa de empurrões e, em seguida, uma briga física total, após a qual o participante podia ouvir um dos homens sair, enquanto o outro estava gemendo de dor, reclamando de um tornozelo machucado e não sendo capaz de se levantar . (Tudo isso, é claro, foi encenado pelo experimentador.) Aqueles que jogaram o videogame violento demoraram cinco vezes mais para responder à vítima na sala ao lado. Por quê? Os dados de acompanhamento sugerem que eles interpretaram o incidente como significativamente menos “sério” do que os participantes que jogaram o jogo não violento. Em contraste com a violência extrema na tela do vídeo, a violência real na sala ao lado parecia menos urgente. Afinal, é difícil ficar nervoso com uma torção no tornozelo quando você acaba de decapitar vários exércitos de mutantes invasores! Bushman e Anderson também conduziram um estudo de campo, descobrindo que pessoas que tinham acabado de assistir a um filme violento demoravam mais para ajudar uma mulher que lutava para pegar suas muletas do que pessoas que tinham visto um filme não violento ou pessoas ainda esperando para ver um dos dois filmes.

E se a pessoa que precisa de ajuda não for “um de nós”, fique atento. Quando você está jogando um videogame violento, é provável que se veja como o herói que está destruindo aquelas criaturas malignas. Isso é divertido, na medida em que vai, mas algumas pesquisas sugerem que pode ir mais longe: Uma vez que os jogadores adquirem o hábito de desumanizar o “inimigo”, esse hábito pode ser transportado para a forma como os jogadores passam a ver pessoas reais. Em dois experimentos na Inglaterra, os pesquisadores descobriram que jovens homens e mulheres que jogavam um videogame violento (*Lamers*) eram mais tarde mais propensos a desumanizar os imigrantes na Grã-Bretanha, vendo-os de alguma forma menos humanos e merecedores do que os britânicos nativos, em contraste com os alunos que jogou uma versão pró-social do jogo (*Lemmings*) ou um jogo neutro (*Tetris*).[107]

De acordo com os psicólogos educacionais Douglas e Ronald Gentile, os videogames têm outra consequência indesejada. Quando você está jogando um videogame, normalmente está executando o mesmoou atividade semelhante, mas o contexto muda conforme você avança para um novo nível de dificuldade ou muda para um jogo totalmente diferente. Este processo aprimora e solidifica qualquer conceito que esteja sendo ensinado; maximiza a transferência da aprendizagem de uma situação para outra. Isso significa que se você joga uma variedade de videogames violentos, é provável que tenha pensamentos sobre violência e agressão em situações muito distantes do jogo. Gentio e gentio[108] conduziram um estudo com crianças e adolescentes do ensino fundamental e descobriram que aqueles que jogavam muitos jogos violentos diferentes eram mais propensos a desenvolver, ao longo do tempo, o que é conhecido como viés de atribuição hostil, a tendência de interpretar o comportamento ambíguo dos outros de maneira hostil - em vez de dar aos outros o benefício da dúvida. E como eles próprios admitiram, eles também estavam entrando em mais brigas com seus colegas.

Finalmente, outra consequência não intencional da forte exposição à violência na mídia é a ampliação do perigo. Se estou assistindo a todo esse assassinato e confusão na tela inicial, não seria lógico concluir que não é seguro sair de casa, especialmente depois de escurecer? Isso é exatamente o que muitos espectadores concluem. Um estudo conduzido no Annenberg Public Policy Center comparou as mudanças anuais na quantidade de violência retratada em dramas populares do horário nobre de 1972 a 2010 com respostas às perguntas da pesquisa Gallup sobre o medo do crime. Os pesquisadores descobriram que o medo do público americano em relação ao crime está direta e estatisticamente relacionado à quantidade de violência retratada no horário nobre da TV. Mesmo depois de calcular as mudanças nas taxas reais de criminalidade, as percepções das pessoas sobre a taxa de criminalidade caíram e aumentaram junto com a violência na TV. O número de sequências violentas por hora de TV caiu de 6,5 em 1972 para 1,4 em 1996, e depois aumentou para 3,7 em 2010. Cada sequência violenta adicional por hora previa um aumento de 1 ponto percentual nas pessoas que disseram ao Gallup que eram medo de andar sozinho à noite em seu bairro.[109] No último capítulo, observei como o noticiário local opera com base no princípio de "Se sangra, leva." Parece que, se sangra, também engana.

Juntando toda essa pesquisa, concluo que a exposição frequente a mídias violentas, especialmente na forma de videogames violentos, tem impacto em muitas crianças e adolescentes, embora o impacto seja maior naqueles que já são propensos a comportamentos violentos. Assistir à violência parece ter efeitos sobre os espectadores vulneráveis por cinco motivos: (1) aumenta a excitação fisiológica (“Acho que estou mesmozangado em vez de estressado ”); (2) desencadeia uma tendência a imitar os personagens hostis ou violentos, enfraquecendo as inibições previamente aprendidas (“Se eles podem fazer isso, eu também posso”); (3) desencadeia sentimentos latentes de raiva, medo ou frustração (“É melhor pegá-lo antes que ele me pegue!”); (4) promove entorpecimento psicológico e reduz a empatia (“Ho hum, outra surra - o que mais está passando?”); e (5) frequentemente modela maneiras aprovadas de comportamento quando estamos frustrados, com raiva ou magoados (“Oh, então é assim que você faz!”).[110]

Obviamente, a maioria das pessoas não se motiva a se comportar de forma agressiva como resultado do que observa. Como prevê a teoria da aprendizagem sócio-cognitiva, a interpretação das pessoas sobre o que estão assistindo, suas disposições de personalidade e o contexto social afetam como elas respondem. Crianças e adolescentes assistem a muitos programas e filmes diferentes e têm muitos modelos para observar além daqueles que veem na mídia, incluindo pais e colegas. Mas o fato de que algumas pessoas são influenciadas por entretenimentos violentos, com resultados trágicos, não pode ser negado.

Os elementos da agressão: o caso de agressão sexual

Agora estamos em posição de considerar quantos dos temas levantados neste capítulo podem se aplicar à compreensão de um dos tipos de agressão mais perturbadores e persistentes: o estupro e outras formas de agressão sexual. As definições de “estupro” mudaram ao longo das décadas; por exemplo, a lei costumava isentar os homens casados, que tinham permissão legal para fazer sexo forçado com suas esposas. Hoje, o

Departamento de Justiça tornou inclusiva a definição de estupro: a penetração de qualquer orifício corporal com qualquer parte do corpo ou com qualquer objeto, sem o consentimento da vítima. A agressão sexual é o termo mais amplo, incluindo vários outros atos, mas a falta de consentimento continua sendo o critério-chave. Observe que a definição não especifica o gênero - os homens também podem ser abusados sexualmente e estuprados, embora muitos tenham vergonha de admitir isso.

Alguns homens estupram pelo desejo de dominar, humilhar ou punir suas vítimas. Esse motivo é aparente entre os soldados que estupram mulheres cativas durante a guerra e depois as matam, e entre os homens que estupram outros homens, geralmente por penetração anal.[111] Esta última forma de estupro ocorre frequentemente em gangues de jovens, onde a intenção éhumilhar membros de gangues rivais, e na prisão, onde o motivo, além do óbvio sexual, é conquistar e degradar a vítima.

Quando a maioria das pessoas pensa em um “estuprador”, elas imaginam um estranho violento ou um predador em série. Alguns estupradores são exatamente isso. Freqüentemente, são incapazes de sentir empatia pelas mulheres, podem sentir hostilidade e desprezo pelas mulheres e sentir-se no direito de ter relações sexuais com qualquer mulher que escolherem.[112] Esse pode ser o motivo pelo qual a violência sexual tem maior probabilidade de ser cometida por homens de alto status, incluindo heróis do esporte (estrelas esportivas profissionais, universitárias e colegiais), políticos poderosos e celebridades, que poderiam facilmente encontrar parceiros consentidos. Eles equiparam sentimentos de poder a sexo, acusam raivosamente as mulheres de provocá-los e endossam mitos de estupro, como "Mulheres querem ser estupradas".

Na verdade, porém, cerca de 85% de todos os estupros ou tentativas de estupro - ser forçado a praticar atos sexuais contra a vontade - ocorrem entre pessoas que se conhecem. O estupro pode ocorrer como resultado de *força física* , fazer sexo sob violência real ou ameaçada, ou por *incapacitação* , fazer sexo com uma vítima que foi induzida a um blecaute com Rohypnol ("roofies"), que está bêbada ou drogada, ou quem desmaiou.

Scripts sexuais e o problema do consentimento Todos entendem que um predador sexual que estupra uma mulher com força ostensiva, ameaças de violência ou drogas usadas para deixá-la inconsciente cometeu um crime grave. Mas o que está acontecendo com o número muito maior de mulheres agredidas quando ficam incapacitadas como resultado de seu gozo voluntário de álcool e outras drogas? Uma resposta pode originar-se dos diferentes **roteiros sexuais** que homens e mulheres aprendem como parte de seus papéis de gênero na sociedade americana.[113] Os scripts sexuais variam de acordo com a cultura, orientação sexual, etnia, idade e região geográfica da pessoa, e mudam com o tempo. Esses scripts moldam o que mulheres e homens aprendem como a maneira “certa” de ser sexual e popular, principalmente a partir de observações de modelos de comportamento, colegas e imagens e mensagens da mídia. Quem pode perguntar a quem para sair? Quantas datas antes do sexo são esperadas? Que tipo de sexo? Quem inicia? Qualquer tipo de sexo antes do casamento é permitido, desencorajado ou proibido?

scripts sexuais:

regras implícitas que especificam o comportamento sexual adequado para uma pessoa em uma determinada situação, variando com o sexo, idade, orientação sexual, etnia e grupo de pares da pessoa

Um roteiro dominante na América para mulheres e homens jovens e heterossexuais é que o papel da mulher é resistir aos avanços sexuais do homem e que o papel do homem é ser persistente.[114] Infelizmente, este script pode explicar por que muitas pessoas discutem tanto sobre o significado da palavra *não* . A mensagem repetida de grupos antiraposição - "Que parte do 'não' você não entendeu?" - parece óbvio. No entanto, pesquisas descobrem repetidamente que "não" pode ser tão difícil para as mulheres dizerem quanto para os homens; muitos homens que seguem os roteiros sexuais tradicionais pensam que "não" significa "talvez" ou "daqui a pouco". Algumas mulheres, seguindo roteiros que dizem: “Tudo bem querer sexo, mas tome cuidado para não dizer sim cedo demais ou vão chamá-la de vagabunda”, concordam com elas. A confusão resultante também pode explicar por que algumas universitárias sentem que precisam beber muito como um prelúdio para o sexo. Se estão embriagadas, não disseram “sim” e, se não disseram explicitamente “sim”, ninguém pode acusá-las de vagabundas.

Para complicar ainda mais as coisas, a maioria dos casais comunica interesses e intenções sexuais, incluindo o desejo de *não* fazer sexo, indiretamente - por meio de dicas, linguagem corporal, contato visual e outros comportamentos não-verbais. Deborah Davis e seus colegas[115] chamam essa comunicação indireta de "dança da ambigüidade", que protege ambas as partes: seu ego é protegido caso ela diga não, e ela pode aceitar sem ter que admitir explicitamente que é o que ela quer ou rejeitar a oferta sem rejeitar o pretendente e, possivelmente, irritando-o.

Um dos alunos de graduação de Joshua escreveu um ensaio que descreve eloquentemente o que acontece quando o script de uma mulher (muitas vezes baseado em fantasias românticas) entra em conflito com o script de um homem (muitas vezes alimentado por assistir pornografia, que transmite ideias imprecisas sobre sexualidade e o que as mulheres "querem"):

Frank Sinatra era meu namorado imaginário. Suas canções enchiam minha cabeça de romance e pensamentos de ser amada e valorizada, como eu imaginava que as mulheres da época dos meus pais eram. Na faculdade, meu primeiro namorado de verdade me enviou uma mensagem de texto com um link para um filme pornográfico. O texto dizia: “Você realmente precisa trabalhar em seus boquetes. Confira minha estrela pornô favorita. Observe sua técnica e aprenda. ” Então eu observei e vi a fonte das crenças do meu namorado sobre quem eu era, o que eu queria e o que era bom para mim e, provavelmente, o que ele queria que o sexo e o romance fossem. Foi devastador. Tanto minhas idéias quanto as dele eram mentiras - a fantasia de Sinatra tanto quanto a de Pornhub. Conversei com meus amigos. Ninguém jamais quis que um homem ejaculasse em seu rosto; no entanto, quase todas as cenas no pornô terminam dessa maneira. O prazer do homem é o que importa, e os homens parecem gostar de ver as mulheres ajoelhadas, em vez deem um pedestal. Há poucas preliminares, a conversa é degradante e, pior, as mulheres parecem gostar de um tratamento rude, muitas vezes por mais de um homem ao mesmo tempo. Meu agora ex-namorado aprendeu virtualmente todas as suas

idéias sobre sexo com a pornografia. Eu gostaria de ter sabido falar sobre isso quando aconteceu; teria havido muito menos dor e desilusão.

Sua história não é sobre estupro ou agressão, mas ela não sabia como “falar sobre isso” com um namorado sério. E se ela não pudesse falar sobre “isso”, quão mais difícil seria dizer não claramente à pressão para se envolver em quaisquer outros atos sexuais indesejados?

Hoje, como administradores de faculdades e estudantes lutam com os problemas causados pela "dança da ambigüidade" - quando aceitar os relatos de mulheres vitimizadas, quando e como punir os agressores e como lidar com questões de má conduta sexual quando ambas as partes beberam pesadamente - acho que essas descobertas da pesquisa psicossocial podem nos levar a uma maior clareza e justiça. Por exemplo, como escreveram as psicólogas Deborah Davis e Elizabeth Loftus, em uma situação “ele disse / ela disse”, *ambos os lados podem estar certos e ambos os lados também podem estar errados.*[116] A dança sexual roteirizada, dizem eles, pode levar a “testemunhos falsos e honestos” de ambos os lados: ela realmente acha que ele deveria saber para parar, e ele realmente acha que ela deu consentimento. Estudos descobriram que às vezes as mulheres jovens, seguindo um roteiro que diz que elas deveriam "ser legais" e não ofender ou irritar o iniciador, tentam transmitir "não" sem dizer não, de maneiras não-verbais, como recuando alguns centímetros, sem resistir mas não concordando, ou fingindo não notar os avanços do homem. Por sua vez, muitos homens são motivados a interpretar exageradamente as ações não-verbais das mulheres como sinais de interesse sexual, em vez de um flerte amigável ou apenas amizade. Eles justificam sua persistência.

Outros fatores psicológicos sociais estão em jogo no problema de estupro e agressão sexual nos campi universitários. As normas culturais e sociais ditam se os homens se sentem no direito de agredir uma mulher relutante ou se isso seria considerado desprezível por seus pares. Uma faculdade, fraternidade ou país endossa uma “cultura do estupro” que livra os homens de culpa, especialmente quando são heróis atléticos? Como a cultura do consumo excessivo de álcool afeta as decisões das mulheres sobre sexo, e como o efeito da “bebida para pensar” se aplica? Talvez os passos mais importantes para reduzir o estupro por alguém conhecido e namorado, portanto, são que (1) ambos os sexos entendam as regras e normas claramente, para decidir se querem cumpri-las ouresistir a eles; (2) ambos os sexos se certificam de que estão seguindo um roteiro que está na mesma peça; (3) as mulheres aprendem a expressar seus desejos de forma direta; e (4) os homens aprendem que uma mulher embriagada não pode legalmente consentir com o sexo e que fazer sexo com alguém que está incapacitado, mesmo que ela decida se embriagar, é imoral e ilegal.

Rumo à redução da violência

Se acreditarmos que reduzir nossa propensão à agressão é uma meta que vale a pena, como devemos proceder? É tentador buscar soluções fáceis. Há muito tempo, nada menos que um especialista do que um ex-presidente da American Psychological Association sugeriu que desenvolvêssemos uma droga anticrueldade para dar às pessoas (especialmente líderes nacionais) como uma forma de reduzir a violência em uma escala

universal.[117] A busca por tal solução é compreensível e até um tanto tocante, mas é extremamente improvável que uma droga pudesse ser desenvolvida para reduzir a crueldade sem tranquilizar completamente seus usuários. As drogas não podem fazer distinções entre processos psicológicos. Pessoas gentis e amantes da paz que também são enérgicas, criativas, corajosas e engenhosas são produzidas por uma combinação de capacidades herdadas, experiências e valores aprendidos. É difícil conceber uma droga que pudesse ter como alvo um aspecto dessa combinação e não outro. Além disso, o controle médico do comportamento humano tem a qualidade de um pesadelo orwelliano. Em quem podemos confiar para administrar essas drogas? Se uma "droga anticrueldade" não é a resposta, vamos especular sobre algumas possibilidades com base no que aprendemos até agora.

Punição Para o cidadão comum, uma maneira óbvia de reduzir a agressão é puni-la. Se um homem rouba, espanca ou mata outro, simplesmente coloque-o na prisão. Certamente, viver no ambiente hostil e restritivo de uma prisão impediria essa pessoa, uma vez libertada, de cometer crimes - ou não? Determinar as consequências específicas da prisão é difícil, entretanto; na maioria dos casos, é impossível isolar os efeitos do encarceramento porque muitos outros fatores estão envolvidos.[118] Estar na prisão acaba com a agressividade da maioria dos condenados, tornando-os menos propensos a reincidir quando estão fora, ou voltar a um mundo que apóia seu comportamento violador tem um impacto maior?

Embora essas possibilidades sejam difíceis de testar, as evidências de um experimento natural sugerem que as próprias prisões não conseguem impedir crime entre os reclusos que são libertados. Uma decisão da Suprema Corte tornou o experimento possível, isolando os efeitos da prisão sobre a reincidência. Em 1963, após a decisão de *Gideon* v. *Wainwright de* que as pessoas não podiam ser condenadas por um crime sem contar com um advogado, vários presidiários das prisões da Flórida foram libertados mais cedo - muito antes de cumprirem sua sentença completa. A única diferença sistemática entre esses prisioneiros e os que permaneceram na prisão era que os prisioneiros libertados não haviam sido anteriormente representados por um advogado. Assim, os pesquisadores puderam comparar dois grupos de condenados que eram quase idênticos; alguns foram libertados prematuramente e outros foram punidos e "reabilitados" em toda a extensão de suas sentenças. Uma diferença surpreendente surgiu entre os dois grupos: os prisioneiros que cumpriram sua *pena* completa tinham *duas vezes mais probabilidade de retornar à prisão do* que aqueles que foram libertados antes do tempo.[119]

Isso significa que a prisão não reduz o crime? Não necessariamente. Este estudo oferece evidências convincentes de que longas penas de prisão não impedem o comportamento criminoso futuro de presidiários libertados, mas não descarta completamente a possibilidade de que a mera perspectiva de punição severa possa refrear as tendências criminais daqueles que nunca foram condenados. É certamente possível que a ameaça de punição impeça muitos criminosos em potencial de infringir a lei em primeiro lugar.

Embora isso seja possível, considero improvável. Por um lado, a punição provável está muito longe e, por outro lado, os estados que têm a punição mais severa - a pena de morte por homicídio - têm taxas de homicídio mais altas do que os estados sem a pena de morte.[120] O que *fazer* saber é que, apesar de punição severa, se administrada

imediatamente, freqüentemente resulta em conformidade, raramente produz internalização. Se uma jovem dá um tapa em seus pais, irmãos ou colegas, podemos espancá-la, gritar com ela, remover seus privilégios ou fazê-la se sentir culpada. A suposição aqui é que essa punição “ensinará a ela uma lição”, que ela “pensará duas vezes” antes de se comportar mal novamente e que quanto mais severa a punição, melhor. Mas a punição, que pode ser eficaz temporariamente, tende a ter o efeito oposto no longo prazo.[121] Nem todas as crianças que são espancadas ou espancadas se tornam violentas, mas o que os pais fazem é uma lição poderosa de aprendizagem social, ensinando a seus filhos: "Ah, então *é* isso que devo fazer quando estou com raiva de alguém: gritar com eles ou acerta-lhes."

Se as pessoas pretendem estabelecer padrões de comportamento não agressivo de longo prazo, elas devem, como crianças, internalizar um conjunto de valores que se opõe às respostas agressivas. Em dois experimentos separados discutidos mais detalhadamente no Capítulo 3 , Merrill Carlsmith e eu, e posteriormente Jonathan Freedman,[122] demonstrou que, com crianças pequenas, ameaças de punição leve são muito mais eficazes do que ameaças de punição severa. Embora esses experimentos tenham lidado apenas com a preferência por brinquedos em crianças, eles sugerem fortemente que ameaças de punição leve (em vez de severa) reduziriam a agressão da mesma maneira.

Como sugerimos no Capítulo 3 , é assim que funciona: suponha que uma mãe ameace punir seu filho pequeno para induzi-lo a se abster, momentaneamente, de agredir sua irmã mais nova. Se ela for bem-sucedida, seu filho sofrerá dissonância. A cognição “Eu gosto de dar uma surra na minha irmãzinha” é dissonante com a cognição “Estou me abstendo de dar uma surra na minha irmãzinha”. Se ele fosse severamente ameaçado, teria um motivo abundantemente bom para se conter; ele seria capaz de reduzir a dissonância dizendo: "O motivo pelo qual não estou batendo em minha irmã é que, se o fizesse, eu teria uma surra de luz do dia - mas com certeza gostaria."

No entanto, suponha que sua mãe ameace usar uma punição leve em vez de severa, uma punição apenas forte o suficiente para fazer a criança parar de agredir. Neste caso, quando ele se pergunta por que não está batendo em sua irmãzinha infinitamente atingível no momento, ele não pode usar a ameaça como uma forma de reduzir a dissonância. Ou seja, ele não consegue se convencer facilmente de que seria golpeado se batesse na irmã, porque não é verdade - mas ele deve justificar o fato de que não está batendo nela. Em outras palavras, sua justificativa externa (a gravidade da ameaça) é mínima; portanto, ele deve adicionar o seu próprio para justificar sua restrição. Ele pode, por exemplo, se convencer de que não gosta mais de bater na irmãzinha e, além disso, é errado bater em pessoas menores do que você. Isso não apenas explicaria, justificaria e tornaria perceptível sua contenção momentaneamente pacífica, mas, mais importante, diminuiria a probabilidade de ele bater na irmã mais nova no futuro. Em suma, ele teria internalizado um valor contra-agressivo. Ele teria convencido *a si mesmo* que, para ele, bater em alguém não é desejável nem divertido.

Essa noção geral foi aplicada com sucesso no mundo real do pátio da escola. Dan Olweus,[123] trabalhando no norueguêssistema escolar, foi capaz de reduzir a frequência de bullying em até 50 por cento, treinando professores e administradores para estarem

vigilantes ao problema e tomarem medidas punitivas rápidas, mas *moderadas* . Tomada como um todo, esta pesquisa indica que crianças que ainda não formaram seus valores são mais propensas a desenvolver aversão à agressão se a punição por ações agressivas for oportuna e moderada.

Punindo modelos agressivos Será possível reduzir a agressão mostrando às crianças modelos agressivos que acabam mal? A teoria aqui é que, enquanto a violência que as crianças veem for punida, elas serão, na verdade, punidas vicariamente por sua própria agressão e, portanto, se tornarão menos agressivas - e menos inclinadas a imitar o que observam. Infelizmente, a evidência não apóia essa crença generalizada. Estudos experimentais apresentam uma imagem mais precisa - e complexa. Normalmente, nesses experimentos, as crianças assistem a um filme de uma pessoa agressiva que, posteriormente, é recompensada ou punida por agir de forma agressiva. Mais tarde, as crianças têm a oportunidade de se comportar de forma agressiva em circunstâncias semelhantes às mostradas no filme. A conclusão consistente é que as crianças que assistem a um filme em que a pessoa agressiva é *punida* agem menos agressivamente do que as crianças que assistem a um filme da pessoa que está sendo *recompensada.* E são menos agressivos do que as crianças que assistem a um personagem de filme agressivo que não é recompensado nem punido.[124] Por outro lado - e este ponto é crucial - ver um modelo sendo punido por agressão não diminuiu o nível geral de agressão para um grupo de crianças que não foi exposto a um modelo agressivo. Em outras palavras, o principal impulso da pesquisa parece indicar que (1) ver um agressor recompensado aumentará o comportamento agressivo da criança e (2) ver um agressor punido *não* aumentará nem diminuirá o comportamento agressivo da criança. É igualmente eficaz não expor a criança a modelos agressivos.

Alternativas de recompensa à agressão Outra possibilidade investigada é ignorar uma criança quando ela se comporta de forma agressiva e recompensar a criança por se comportar de forma não agressiva. Esta estratégia é baseada em parte na evidência de que crianças pequenas (e adultos, também) frequentemente se comportam agressivamente como uma forma deatraindo atenção. Para eles, ser punido é preferível a ser ignorado. Paradoxalmente, então, punir o comportamento agressivo pode ser interpretado como uma recompensa - “Ei! Mamãe presta atenção em mim toda vez que dou uma bofetada em minha irmã mais nova. Acho que vou fazer de novo. ”

Paul Brown e Rogers Elliot[125] testou essa ideia em um experimento conduzido em uma creche. As professoras da creche foram orientadas a ignorar todos os atos agressivos por parte das crianças, mas também a estarem muito atentas às crianças, principalmente quando estivessem fazendo coisas incompatíveis com a agressão, como brincar de forma amigável, compartilhar brinquedos, e cooperar com outros. Depois de algumas semanas, houve um declínio perceptível no comportamento agressivo. Em um experimento mais elaborado, Joel Davitz[126] demonstrou que a frustração não precisa necessariamente resultar em agressão; em vez disso, pode levar a um comportamento construtivo se tal comportamento tiver sido tornado atraente por treinamento anterior. Neste estudo, as crianças puderam brincar em grupos de quatro. Alguns desses grupos foram recompensados por comportamento construtivo, enquanto outros foram recompensados por comportamento agressivo ou competitivo. Então Davitz frustrou deliberadamente as

crianças, criando a expectativa de que assistiriam a filmes divertidos e teriam permissão para se divertir. Na verdade, ele chegou a ponto de começar a mostrar um filme e distribuir barras de chocolate para serem comidas mais tarde. Mas então ele criou a parte da “frustração” do experimento ao encerrar abruptamente o filme no ponto de maior interesse e retirar as barras de chocolate. As crianças puderam brincar livremente. Como você aprendeu, esta é uma configuração para a ocorrência esperada de comportamento agressivo. Mas as crianças que foram treinadas para se comportar construtivamente brincaram de uma forma muito mais construtiva e muito menos agressiva do que as do outro grupo.

Esta pesquisa é encorajadora, mas acho necessário declarar minha firme convicção de que seria ingênuo esperar que muitas crianças em nossa sociedade escolhessem espontaneamente soluções construtivas em vez de agressivas para conflitos e circunstâncias frustrantes. A sociedade americana nos apresenta todos os tipos de evidências de que soluções violentas para conflitos e frustrações são valorizadas. Explícita ou implicitamente, seja na aparência de herói de ação vingativo ou de agente secreto suave que explode as pessoas em exibições exóticas e divertidas, esses heróis de cinema demonstram para as crianças o que a sociedade valoriza e recompensa. Desnecessário dizer que nossa exposição a soluções violentas para problemas não se limita a filmes e videogames; esses eventos também dominam as notícias noturnas. Assim, não deve ser surpresa queas crianças aprendem que os adultos geralmente resolvem seus conflitos recorrendo à violência e muitas nem mesmo aprendem que soluções alternativas são viáveis ou apropriadas. Se preferirmos que nossos filhos cresçam preferindo estratégias não violentas, pode ser uma boa ideia oferecer-lhes treinamento específico nessas técnicas, bem como incentivo para usá-las. Como veremos em breve, não há razão para que tal treinamento não possa ser fornecido tanto em casa quanto na escola.

Fornecimento de modelos não agressivos Uma **restrição** importante à agressão é a indicação clara de que ela é inadequada. E o indicador mais eficaz é o social - ou seja, a presença de outras pessoas nas mesmas circunstâncias que preferem a conciliação à retaliação. Em um estudo de Robert Baron e Richard Kepner,[127] participantes foram insultados pelo confederado dos experimentadores e então observaram aquele indivíduo recebendo choques elétricos nas mãos de uma terceira pessoa. A terceira pessoa aplicou choques intensos ou muito leves. (Um grupo de controle não observou um modelo administrando choques.) Todos tiveram então a oportunidade de chocar seu algoz. Aqueles que testemunharam uma pessoa aplicando choques intensos a ela, entregaram choques mais intensos do que aqueles na condição de controle; aqueles que testemunharam uma pessoa aplicando choques leves aplicaram choques mais suaves do que aqueles na condição de controle. Este paradigma parece familiar? A expressão de um comportamento agressivo, como a expressão de qualquer outro comportamento, pode ser vista como um ato de conformidade, o que significa que, em uma situação ambígua, as pessoas procuram outras pessoas para uma definição do que é apropriado.

No Capítulo 4 , descrevi as condições sob as quais você pode arrotar à mesa de jantar de um dignitário freedoniano. Aqui estou sugerindo que, se você e seus amigos estão frustrados ou zangados, e ao seu redor as pessoas em seu grupo estão jogando bolas de

neve em seus algozes, isso aumentará a probabilidade de você jogar bolas de neve; se eles estiverem apenas falando com raiva, aumentará a probabilidade de você falar com raiva; e, infelizmente, se eles estiverem jogando tacos de beisebol na cabeça de seus algozes, isso aumentará a probabilidade de você pegar um taco e começar a balançar com eles.

Construindo Empatia Imagine a seguinte cena: Há uma longa fila de carros parados em um semáforo em um cruzamento movimentado. A luz fica verde. O motorista líder hesita por 15 segundos. O que acontece? Claro, uma erupção de buzinas - não apenas um pequeno apito projetado para fornecer ao condutor líder a informação de quea luz mudou, mas há explosões prolongadas e persistentes de motoristas frustrados atrás do carro da frente, desabafando seu aborrecimento. De fato, um experimento descobriu que, nessa situação, aproximadamente 90% dos motoristas do segundo carro buzinaram de maneira agressiva. Como parte do mesmo experimento, um pedestre cruzou a rua entre o primeiro e o segundo carros *enquanto o semáforo ainda estava vermelho para os motoristas* e estava fora do cruzamento quando o semáforo ficou verde. Ainda assim, quase 90 por cento dos motoristas do segundo carro tocaram suas buzinas no segundo em que o semáforo mudou - não importa que o primeiro motorista quisesse ter certeza de que o pedestre havia cruzado com segurança. Mas o que acontecia quando o pedestre estava de muletas? Aparentemente, ver uma pessoa de muletas evocou uma resposta empática; o sentimento de empatia superou o desejo de ser agressivo e a porcentagem de pessoas que buzinou diminuiu drasticamente.[128]

A empatia é crucial para a vida humana; é o antídoto para a desumanização. Se, como vimos, a maioria dos indivíduos desumaniza suas vítimas para justificar o ato de agressão contra elas, então, ao construir empatia entre as pessoas, atos agressivos se tornarão mais difíceis de serem cometidos. Na verdade, Norma e Seymour Feshbach[129] demonstraram uma correlação negativa entre empatia e agressão em crianças: quanto maior o nível de empatia, menor a probabilidade de se comportar de forma agressiva. Norma Feshbach,[130.] que foi pioneiro no ensino da empatia em escolas primárias, projetou um programa de treinamento de empatia de 30 horas para crianças. As crianças tiveram que pensar muito sobre perguntas, como "Como seria o mundo para você se você fosse tão pequeno quanto um gato?" e “Que presente de aniversário deixaria cada membro da sua família mais feliz?” Pensar nas respostas expande a capacidade da criança de se colocar na situação do outro. As crianças também ouviam histórias e depois as recontavam do ponto de vista de cada um dos diferentes personagens de cada história. As crianças desempenharam o papel de cada um dos personagens e suas performances foram filmadas. As crianças assistiram às fitas e falaram sobre como as pessoas se parecem e soam quando expressam sentimentos diferentes. Ao final do programa, as crianças não apenas aprenderam a ser mais empáticas, mas também apresentaram maior autoestima, foram mais generosas e menos agressivas do que os alunos que não haviam participado do programa.

Georgina Hammock e Deborah Richardson[131] demonstrou benefícios semelhantes de empatia em estudos de estudantes universitários que foram colocados em uma situação em que foram instruídos a entregar eletricidadechoques para um colega estudante. Aqueles que aprenderam a se preocupar com os sentimentos dos outros causaram

choques menos severos do que aqueles que eram menos empáticos. Kenichi Obuchi e seus colegas,[132] trabalhando com estudantes japoneses, descobriram a mesma coisa. Obuchi instruiu os alunos a aplicar choques elétricos em outro aluno como parte de um experimento de aprendizagem. Em uma condição, antes de receber os choques, as vítimas revelaram algo pessoal sobre si mesmas - abrindo assim a porta para a formação de empatia. Na condição de controle, as vítimas não tiveram a oportunidade de se revelarem. Os alunos na condição de divulgação administraram choques muito mais suaves do que aqueles na condição de não divulgação.

Ensinando altruísmo e atenção plena Um poderoso antídoto para a agressão é o *altruísmo* - fazer algo pelos outros, mesmo às custas de nosso próprio conforto ou prazer imediato. O altruísmo nos faz sentir bem. Alivia as emoções desagradáveis que sentimos quando vemos os outros sofrerem, e dar aos outros eleva nosso humor de maneira mais confiável do que dar a nós mesmos. Por exemplo, em termos de felicidade e bem-estar, a *forma como as* pessoas gastam seu dinheiro é pelo menos tão importante quanto quanto elas ganham. Usando três métodos de pesquisa diferentes, Lara Aknin e seus colegas[133] investigou esta questão. Uma medida foi uma pesquisa representativa nacionalmente; o segundo foi um estudo de campo longitudinal de como as pessoas gastavam uma renda inesperada e “inesperada”. Em ambos os estudos, as pessoas que gastaram dinheiro com os outros foram mais felizes do que aquelas que o gastaram consigo mesmas. Mas é claro que os resultados podem funcionar em qualquer direção: o altruísmo causa felicidade ou as pessoas felizes se comportam de forma mais altruísta? Então, os pesquisadores fizeram um experimento no qual os participantes foram designados aleatoriamente para gastar dinheiro com eles próprios ou com os outros. Desta vez, eles estabeleceram a sequência causal: o comportamento altruísta produz maiores sentimentos de felicidade.

Como vimos ao discutir a teoria da aprendizagem cognitiva social, *como pensamos sobre os eventos* - como percebemos, interpretamos e explicamos algo que normalmente pode nos incomodar, frustrar ou irritar - é um passo intermediário crucial para determinar como respondemos.

Essa é a razão do antídoto final para a agressividade que quero mencionar: *atenção plena* e formas de *meditação,* que ensinam as pessoas a focalizar a atenção no momento presente. Ao praticar a atenção plena e a meditação, as pessoas reduzem as respostas agressivas e reflexivas a uma provocação ou insulto percebido, dando à pessoa tempo para refletir edecida como responder de forma mais calma e construtiva. Pessoas que estão sendo conscientes discordariam de afirmações como: “Parece que estou 'funcionando automaticamente' sem muita consciência do que estou fazendo”, e o objetivo é precisamente permitir que elas se tornem conscientes. Em experimentos, até mesmo uma breve sessão de treinamento de atenção plena reduz a “divagação da mente”, pensamentos desfocados que impedem a capacidade de prestar muita atenção à tarefa em questão. Embora sonhar acordado ocasionalmente seja bom e agradável, a *divagação habitual da* mente prediz pior humor, maior estresse, baixa auto-estima e menos preocupação com o bem-estar dos outros.[134] Seus benefícios são, portanto, físicos (níveis mais baixos de hormônios do estresse), emocionais (redução da sensação de hostilidade) e comportamentais (redução da agressividade).[135]

A meditação tem benefícios semelhantes. Os meditadores são instruídos a prestar atenção às sensações no momento presente, ao invés de serem apanhados por memórias ou imagens pertencentes ao passado ou futuro - memórias e imagens que normalmente produzem raiva ou ansiedade. Um dos vários ensaios clínicos randomizados descobriu que um programa de meditação para jovens adultos reduziu sua pressão arterial e sentimentos de angústia psicológica e os ajudou a lidar de forma mais construtiva.[136] Ao acalmar a mente e o corpo, a meditação reduz o impulso da pessoa, quando provocada, de retaliar agressivamente.[137]

Considerações finais sobre a natureza da natureza humana

No início deste capítulo, observei como filósofos e cientistas debateram se os seres humanos são “naturalmente” agressivos ou “naturalmente” gentis. Após as brilhantes descobertas de Charles Darwin e o surgimento de abordagens evolucionárias para compreender o comportamento, o pêndulo mudou para o lado “naturalmente agressivo”. O raciocínio era que a agressão - entre indivíduos e entre grupos - é útil e necessária para a sobrevivência, porque dominar e machucar os outros é uma forma eficiente de as pessoas obterem recursos e parceiros sexuais. O zoólogo Konrad Lorenz[138] argumentou que a agressão é "uma parte essencial da organização dos instintos que preserva a vida".

Mas outros cientistas estavam céticos. A antropóloga Ashley Montagu[139] sustentou que uma simplificação excessiva e uma interpretação errônea da teoria evolucionária havia fornecido à pessoa médiacom a ideia equivocada de que o conflito é comum porque é necessário, uma lei da natureza. Montagu viu essa visão como uma desculpa conveniente que os industriais ricos poderiam usar para justificar sua exploração dos trabalhadores: a vida é uma luta, afinal, por isso é natural que os mais fortes e agressivos sobrevivam. O perigo, disse Montagu, é que esse tipo de raciocínio pode se tornar autorrealizável e nos levar a ignorar ou minimizar o valor óbvio de sobrevivência do comportamento não agressivo e não competitivo.

Mais de 100 anos atrás, o cientista russo e reformador social Peter Kropotkin[140] - um príncipe nascido em uma família aristocrática - concluiu que a cooperação e a ajuda mútua têm grande valor de sobrevivência para a maioria das formas de vida. Tivemos que aprender a cooperar para viver em grupos, escreveu ele, e como muitos animais sociais, desenvolvemos tendências pró-sociais ao lado de nossas tendências agressivas. As ideias de Kropotkin foram amplamente ignoradas, talvez porque não se encaixassem no temperamento da época ou nas necessidades daqueles que estavam lucrando com a Revolução Industrial. Mas ele estava certo. As habilidades cooperativas de insetos sociais, como cupins, formigas e abelhas, foram bem documentadas,[141] e como vimos no Capítulo 2 , hoje sabemos que a cooperação está tão arraigada em nossa biologia quanto a agressão.

No entanto, a crença de que a agressão é adaptativa e benéfica permanece embutida em nossa própria linguagem e abordagens para resolver problemas - e nos cega para alternativas cooperativas. As pessoas presumem que o mesmo mecanismo que leva os seres humanos a matar leva outros a "conquistar" o espaço sideral, "cravar os dentes" em uma equação matemática difícil, "atacar" um problema lógico, iniciar uma "guerra" contra as drogas, "lutar contra um batalha ”com a doença, ou“ domina ”o universo. Mas esse

raciocínio é baseado em uma definição exagerada de agressão. Equacionar grandes realizações e avanços com hostilidade e agressão é confundir a questão. Um problema ou habilidade pode ser dominado sem prejudicar outras pessoas ou mesmo sem tentar conquistá-las. E metáforas que transformam o esforço de encontrar curas para doenças terríveis e soluções para problemas sociais enraizados em “guerras” acabam definindo o problema da maneira errada e, portanto, limitam nossa capacidade de resolvê-lo.

Esta é uma distinção difícil para nós entendermos porque nós, americanos, fomos treinados para igualar sucesso com vitória, para igualar fazer bem com bater em alguém. Como cultura, prosperamos na competição; recompensamos os vencedores e desprezamos os perdedores. Por dois séculos, nosso sistema educacional foi baseado na competitividade. Com poucosexceções, a maioria das escolas não ensina nossos filhos a amar aprender; nós os ensinamos a se esforçar para obter notas altas e ótimas notas no SAT.[142] Quando o jornalista esportivo Grantland Rice disse: “Não é se você ganha ou perde, é como você joga o jogo”, ele certamente não estava descrevendo o tema dominante na vida americana; ele estava expressando a esperança de que pudéssemos de alguma forma nos livrar de nossa preocupação mórbida em vencer a todo custo e nos concentrar em jogar com dignidade, competência e generosidade de espírito. Do jogador da liga infantil que começa a chorar depois que seu time é derrotado aos estudantes universitários no estádio de futebol gritando “Somos o número um!”; do ex-presidente Lyndon Johnson, cujo julgamento durante a guerra do Vietnã quase certamente foi distorcido por seu desejo de "não ser o primeiro presidente americano a perder uma guerra", à aluna da terceira série que inveja e despreza sua colega por um desempenho superior em um teste de aritmética, manifestamos uma obsessão cultural impressionante pela vitória. Vince Lombardi, o lendário técnico do Green Bay Packers, resumiu quando disse: “Vencer não é tudo, é a *única* coisa”. Esta filosofia implica que o objetivo da vitória justifica todos os meios que utilizamos para vencer, mesmo que seja apenas um jogo de futebol - que, afinal, foi inicialmente concebido como uma atividade recreativa.

Com certeza, competição e agressão são adaptativas - para *alguns* grupos, sob *algumas* condições. Mas quando eu olho ao redor e vejo um mundo cheio de ódio e desconfiança internacional, interracial e intertribal, de massacres sem sentido, de terrorismo, de tiroteios em massa diários, de ogivas nucleares suficientes flutuando para destruir a população mundial muitas vezes, eu sinto justificado em questionar o valor atual de sobrevivência deste comportamento. Antropóloga Loren Eiseley[143] prestou homenagem aos nossos ancestrais, mas alertou contra imitá-los quando escreveu: "A necessidade agora é de um povo mais gentil e tolerante do que aqueles que venceram por nós contra o gelo, o tigre e o urso."

A boa notícia é que, apesar do fato de que o armamento moderno permitiu que os humanos fossem muito mais destrutivos, a sociedade moderna parece ter nos tornado menos propensos psicologicamente do que nossos ancestrais a agir de acordo com nossas tendências violentas. A modernidade nos permitiu cooperar e negociar com pessoas muito além de nossa família, tribo e país; compramos seus produtos, comemos sua culinária, lemos sua literatura. Essas trocas sociais e culturais têm nos permitido ver a vida de estranhos de uma forma que os humaniza, tornando mais difícil prejudicá-los.

Talvez possamos encontrar outras maneiras de convocar e seguir o que Abraham Lincoln chamou de “os melhores anjos de nossa natureza”.

7 **preconceito**

Saul Steinberg, *desenho sem título* , tinta sobre papel.

Publicado em Steinberg, *The Art of Living* , 1949.

O passageiro em pé é mostrado segurando um recorte de uma mão que está apontando para um dos homens sentados. Algumas pessoas no trem são mostradas olhando para o homem que está sendo apontado.

Quando eu era um jovem professor, ouvi Thurgood Marshall sendo entrevistado no rádio e ele contou uma história que teve um efeito poderoso sobre mim. Quando Marshall era um jovem advogado que trabalhava para a Associação Nacional para o Progresso das Pessoas de Cor (NAACP), ele foi enviado a uma pequena cidade no sul para defender um homem negro acusado de um crime grave. Quando ele chegou, ele ficou chocado e consternado ao saber que o réu já estava morto - linchado por uma multidão de brancos furiosos. Com o coração pesado, Marshall voltou à estação ferroviária para esperar o trem de volta para Nova York. Enquanto esperava, ele percebeu que estava com fome e notou uma pequena barraca de comida na plataforma. Caminhando em direção ao estande, ele debateu se deveria ir direto para a frente e pedir um sanduíche (como era seu direito legal) ou dar a volta para o fundo do estande (como era a prática comum para afro-americanos no Sul naquele Tempo). Mas antes de chegar ao púlpito, foi abordado por um

homem branco grande e corpulento que o olhou com desconfiança. Marshall o considerou um tipo de homem da lei porque ele andava com ar de autoridade e tinha uma protuberância no bolso da calça que só poderia ter sido feita por uma arma de fogo.

"Ei, garoto", o homem gritou para Marshall. "O que você está fazendo aqui?" “Estou apenas esperando o trem”, respondeu Marshall.

O homem fez uma careta, deu alguns passos mais perto, olhou para ele ameaçadoramente e disse: “Eu não ouvi você. O que você disse, garoto? "

Marshall percebeu que sua resposta inicial não fora suficientemente obsequiosa.

Ele disse: "Desculpe, senhor, mas estou esperando o trem."

Houve um longo silêncio, durante o qual o homem olhou lentamente Marshall de cima a baixo e disse: "E é melhor você pegar aquele trem, garoto - e logo, porque nesta cidade, o sol nunca se pôs sobre um negro vivo . ”

Como Marshall lembrou mais tarde, naquele ponto seu debate sobre como conseguir o sanduíche provou ser acadêmico. Ele decidiu não comer um sanduíche, mas pegar o próximo trem - não importava para onde ele estivesse indo. Além disso, de alguma forma ele não sentia mais fome.[1]

Thurgood Marshall tornou-se conselheiro-chefe da NAACP; em 1954, ele defendeu o caso *Brown* v. *Board of Education* perante a Suprema Corte dos Estados Unidos. Sua vitória acabou com a segregação racial legalizada nas escolas públicas. Posteriormente, Marshall foi nomeado para a Suprema Corte, onde atuou com distinção até sua aposentadoria em 1991. Não tenho certeza do que aconteceu com o homem com a protuberância no bolso.

O que é preconceito?

O preconceito é um dos elementos mais comuns e mais preocupantes da experiência humana, embora seja mal compreendido. Muitos brancos acreditam que histórias como a de Marshall representam uma era passada, que a sociedade moderna evoluiu a ponto de ser “pós-racial”, daltônica e justa. Afinal, elegemos um presidente negro; Oprah, Beyoncé e LeBron são tão bem-sucedidos que os conhecemos pelos primeiros nomes; agora é virtualmente proibido usar a "palavra n". Portanto, quando pesquisados, muitas pessoas dizem que não precisamos mais nos preocupar com políticas para proteger as minorias vulneráveis do preconceito e da discriminação; na verdade, nós nos tornamos *muito* sensíveis, muito "politicamente corretos".[2] Isso se tornou mais do que apenas um debate acadêmico em 2013. Naquele ano, o argumento da discriminação foi fundamental quando a Suprema Corte derrubou proteções vitais na lei do direito de voto de 1964, que tornava ilegal para os Estados impedirem Os americanos de votar.[3]

Sem dúvida, temos muito progresso a comemorar: a eleição de Barack Obama era inimaginável na época de Thurgood Marshall, quando pessoas de cor e mulheres eram confinadas a papéis subservientes e casamentos inter-raciais eram proibidos por lei, quando gays e lésbicas eram considerados "pervertidos" ou doentes mentais e podia ser preso em alguns estados, e quando o linchamento ainda era usado nos estados do sul para aterrorizar os negros. Pesquisas realizadas durante a década de 1960 descobriram

que os brancos queriam ativamente maximizar sua distância dos afro-americanos - quase 80 por cento disseram que se mudariam de seu bairro se uma família negra se mudasse. Hoje, 84 por cento dos brancos estão confortáveis com o casamento inter-racial, e os números de casais inter-raciais estão aumentando constantemente.[4]

Ainda assim, apesar desse progresso, nenhum psicólogo social acredita que os seres humanos podem ser pós-raciais ou simplesmente abandonar seus preconceitos como sobretudos. O preconceito, como veremos, é fundamental para a condição humana. Em um sentido muito real, fomos feitos para isso. Como o preconceito existe em todas as culturas, é razoável concluir que ajudou nossos ancestrais caçadores-coletores a sobreviver, tornando-os cautelosos com estranhos. Tratar estranhos como atacantes em potencial é a melhor maneira de sobreviver em um mundo perigoso do que tratá-los como amigos. Assim, embora muitas de nossas atitudes e comportamentos preconceituosos tenham mudado à medida que as normas sociais mudaram, e como as relações intergrupais em geral melhoraram e as políticas antidiscriminação se consolidaram, não somos menos naturalmente inclinados ao preconceito do que éramos nos anos 1960 - ou 1860 , ou 1360s, etc.

Após a eleição de Obama, o número de grupos de ódio triplicou, sugerindo uma reação contra o crescente poder político dos afro-americanos. Online, centenas de milhares de nacionalistas brancos autoidentificados expressam orgulhosamente seu desprezo pelos muçulmanos, gays, negros, mexicanos, judeus e liberais.[5] Aqui e no exterior, terroristas assassinaram milhares de vítimas inocentes, jurando fidelidade ao Estado Islâmico e gerando medo e suspeita generalizados dos muçulmanos como um grupo.[6] Em 2015, um supremacista branco de 21 anos postou um manifesto de ódio com fotos dele mesmo com a bandeira da Confederação, antes de atirar em nove fiéis afro-americanos em uma reunião de oração na Carolina do Sul. Como disse o presidente Obama a um entrevistador após o tiroteio: “Não é apenas uma questão de não ser educado dizer 'negro' em público. Essa não é a medida para saber se o racismo ainda existe ou não. Não é apenas uma questão de aberturadiscriminação. As sociedades não apagam completamente tudo o que aconteceu 200 a 300 anos antes. ”[7]

Na verdade, a história americana recente é um lembrete poderoso de que o racismo, o sexismo e muitos outros *ismos* não simplesmente desaparecem. E enquanto tivermos preconceitos, haverá políticos dispostos a explorá-los - e pelo exemplo que dão, influenciar os outros a se sentirem justificados em seus ódios. A campanha e a presidência de Donald Trump foram marcadas por uma série de calúnias abertamente hostis contra mulheres, muçulmanos, hispânicos e pessoas com deficiência. Ele explicou suas observações da seguinte maneira: “Francamente, não tenho tempo para o politicamente correto. E para ser honesto com você, este país também não tem tempo. ”[8] O país aparentemente estava ouvindo. Aqui está apenas uma amostra dos preconceitos americanos que chegaram ao noticiário nos meses que se seguiram às eleições:

- Em fevereiro de 2017, Dyne Suh, estudante de direito da UCLA, reservou uma cabana no Airbnb para as merecidas férias com amigos. Dirigindo para a cabana durante uma forte tempestade de neve, ela recebeu uma mensagem de última hora do proprietário da cabana, cancelando sua reserva. Quando Suh reclamou e mandou imagens do

contrato de aluguel por mensagem de texto, seu anfitrião respondeu: “Eu não alugaria para você se você fosse a última pessoa na terra. Uma palavra diz tudo: asiático. ” Quando Suh ameaçou denunciar a discriminação à Airbnb, o anfitrião respondeu: “Vá em frente ... É por isso que temos Trump”.[9]

- O laço, um símbolo de intolerância e ódio dirigido aos afro-americanos, proliferou em 2017. Após a abolição da escravidão, os laços foram usados para linchar milhares de negros, e a prática não diminuiu até o final dos anos 1960. O reaparecimento deles envia uma mensagem aterrorizante aos afro-americanos: *Nós os odiamos e os queremos mortos.* Após a eleição, laços foram encontrados pendurados em muitos locais públicos, inclusive em um Museu no National Mall; em uma galeria do Museu Nacional de História e Cultura Afro-americana; em uma escola primária; em uma escola secundária; fora de uma casa de fraternidade negra; e no campus da American University um dia antes de a primeira mulher negra assumir a presidência de sua Associação de Governo Estudantil.[10]
- Em Portland, Oregon, em maio de 2017, no primeiro dia do Ramadã (o mês mais sagrado para os muçulmanos), Jeremy Joseph Christian avistou duas mulheres sentadas juntas em um trem, uma das quais estava usando um hijab, e começou a gritar com raiva Muçulmanos insultam eles. Quando dois homens intervieram e tentaram acalmá-lo, ele os esfaqueou até a morte, feriu um terceiro e saltou do trem.[11]
- Em julho de 2017, o presidente, por conta própria, declarou a proibição de todos os indivíduos transgêneros servindo nas forças armadas em qualquer posição, revertendo a política do Pentágono de 2016 que suspendeu uma proibição de longa data contra os cerca de 16.000 homens e mulheres transexuais que serviam abertamente.
- Em agosto de 2017, em Charlottesville, Virgínia, um comício foi organizado por neonazistas, Ku Klux Klan, alt-right e outros supremacistas brancos. Carregando faixas com suásticas e símbolos confederados, os manifestantes de “unir a direita” juraram “retomar o país” de todos os grupos raciais e étnicos que desprezam. Um neonazista bateu com seu carro em uma multidão de contramanifestantes, matando uma mulher e ferindo outras 19 pessoas.

Como a agressão, o preconceito é endêmico à natureza humana; ele diminui e flui com as mudanças nas condições sociais; ele circula com os tempos. Sua expressão externa pode ser desencorajada por normas culturais e leis anti-discriminação - ou encorajada pelo preconceito público de outros - mas nunca desaparece completamente. Quanto melhor compreendermos sua natureza, melhores serão nossas chances de minimizar nossas tendências preconceituosas, muito humanas. O que é preconceito? Como isso aconteceu? Quais são seus efeitos nas pessoas? O que podemos fazer para reduzi-lo? A psicologia social produziu algumas respostas úteis.

Deixe-me começar com uma definição. Os psicólogos sociais definiram **preconceito de** várias maneiras, mas vou defini-lo como uma atitude negativa em relação a todos os

membros de um grupo distinto, com base apenas em sua pertença ao grupo. O preconceito é complexo; como qualquer atitude, é parcialmente *cognitiva* , parcialmente *emocional* e parcialmente *comportamental* . Assim, quando dizemos que um indivíduo tem preconceito contra os gays, queremos dizer que ele ou ela tem crenças preconcebidas sobre eles, sente-se negativamente sobre eles e está disposto a se comportar em relação a eles com preconceito ou hostilidade. Como qualquer atitude, o preconceito influencia e é influenciado pelo nosso comportamento.

prejuízo:

uma atitude hostil ou negativa em relação a um grupo distinguível, com base em generalizações derivadas de informações erradas ou incompletas; contém um componente cognitivo, emocional e comportamental

O componente cognitivo do preconceito: estereótipos

Alguns preconceitos são amplamente cognitivos, enraizados na desinformação; eles geralmente podem ser alterados com relativa facilidade. Digamos que você tenha um preconceito contra visitar a Islândia porque, bem, é muito *gelado* e frio. Mas se eu te contar, é na verdade uma linda ilha coberta de verdecolinas onduladas e ganhou esse nome porque os exploradores noruegueses que pousaram ali não queriam que seus perseguidores os seguissem, seu preconceito provavelmente vai se dissipar. Infelizmente, a maioria dos preconceitos não é mudada tão facilmente.

Assim como organizamos mentalmente o mundo físico em categorias, agrupamos as pessoas de acordo com características importantes. O agrupamento de objetos ou pessoas por características-chave é denominado *categorização* , um processo fundamental para a cognição. Os bebês começam a criar categorias assim que nascem.[12] Os recém-nascidos não mostram preferência por rostos de uma raça ou outra, mas se vivem em um ambiente “monirracial”, aos três meses de idade vão mostrar preferência por rostos de sua própria raça.[13] No entanto, se eles encontrarem repetidamente rostos de duas ou mais raças, eles não desenvolverão uma preferência. Assim, não estamos programados para categorizar as pessoas por raça em si, mas, em vez disso, parecemos mais predispostos a ser atraídos por pessoas que são como nós e desconfiados de pessoas que são diferentes. A categoria fundamental para animais sociais *somos nós ou eles* . Em tenra idade, podemos categorizar por sexo, idade e raça, que podemos facilmente determinar visualmente. Mais tarde, *aprendemos* a usar etnia, orientação sexual, religião, ideologia política e outras categorias menos visuais, mas significativas, para decidir quem é um *nós* e quem é um *eles* . A categorização não gera preconceito automaticamente, mas pode ser o primeiro passo.

Depois de dividir o mundo em categorias, frequentemente aplicamos rótulos a eles que resumem a essência do grupo - um estereótipo. Um **estereótipo** reflete a crença de que um determinado atributo é característico do grupo como um todo, independentemente da variação real entre os membros do grupo. Walter Lippmann, o ilustre jornalista que foi o primeiro a usar o termo, descreveu a diferença entre a realidade - o “mundo lá fora” - e as “pequenas imagens em nossas cabeças”.[14] Estereotipar é permitir que essas pequenas imagens dominem nosso pensamento, gerando expectativas e moldando as narrativas que construímos sobre as pessoas e seu comportamento. Considere as imagens trazidas

à mente pelos termos líder de torcida do ensino médio, especialista em computação, músico negro ou terrorista - muito fácil, certo? Todos nós andamos por aí com imagens de vários tipos de pessoas em nossas cabeças. Dentro de uma determinada cultura, essas imagens são compartilhadas por meio da interação social e da mídia. Eu ficaria surpreso, portanto, se a sua imagem da tecnologia da computação fosse muito diferente da minha: provavelmente um cara, provavelmente um nerd, muito provavelmente introvertido. Eu ficaria surpreso se o técnico de computador que você imaginou fosse Latina ou que oo músico negro que você trouxe à mente estava regendo uma orquestra sinfônica ou o terrorista era um adolescente branco da Carolina do Sul.

estereótipo:

para generalizar características, motivos ou comportamento para um grupo inteiro de pessoas; as imagens em nossa cabeça que moldam nossas impressões sobre pessoas ou grupos de pessoas

Se pensarmos bem, sabemos que existem líderes de torcida do sexo masculino, programadores de computador latinos, músicos clássicos negros e terroristas brancos locais. No entanto, nem sempre pensamos nisso; somos avarentos cognitivos que rapidamente categorizam outras pessoas de acordo com o que consideramos normativo ou típico. Como o mundo é muito complicado para termos uma atitude altamente diferenciada sobre tudo e todos, desenvolvemos narrativas elegantes e precisas sobre nosso *próprio* grupo e todas as variações que vemos nas pessoas que pertencem a ele, enquanto contamos com ideias simples e vagas sobre outros grupos. Experimentos cuidadosamente controlados confirmam esta função de economia de energia dos estereótipos. Em um, Galen Bodenhausen[15] pediu a um grupo de “pessoas da manhã”, que pensam melhor no início do dia, para avaliar um caso de possível trapaça em um exame. Os participantes eram mais propensos a dizer que o trapaceiro era culpado se fosse identificado como um atleta - mas principalmente se eles fossem testados à noite, quando não estavam mentalmente revigorados. Os noturnos mostraram o efeito oposto, recorrendo mais ao estereótipo de atletas-são-maus-alunos pela manhã.

Ao contrário da sabedoria convencional, os estereótipos costumam ser precisos e, como tal, podem ser uma forma abreviada adaptativa de lidar com a complexidade.[16] De fato, como Lee Jussim e seus colegas mostraram,[17] a exatidão dos estereótipos acaba se revelando uma das descobertas mais fortes e confiáveis da psicologia social, apesar da frequente suposição de que eles sempre nos levam ao erro. E isso faz sentido; se a estereotipagem consistentemente nos levou ao erro, por que ela teria sobrevivido como uma característica central do funcionamento cognitivo? Muitos estereótipos capturam a realidade bem o suficiente para serem úteis e adaptáveis, para nos manter longe de problemas. Por exemplo, a maior parte da violência no mundo é perpetrada por homens jovens. Portanto, se por acaso você estiver caminhando sozinho em um beco escuro à noite e ouvir passos atrás de você, é perfeitamente razoável ficar mais assustado se os passos pertencerem a um jovem em vez de a um velho ou a uma mulher. Da mesma forma, certos grupos tendem a se sair melhor do que outros na escola, e se usarmos estereótipos étnicos para prever quais grupos se saem melhor em média, geralmente faremos uma previsão correta.

No entanto, tais previsões, embora precisas, podem ser lamentavelmente incompletas porque não dizem nada sobre as *razões* subjacentes para as diferenças observadas. Se seus estereótipos étnicos levamvocê prever que os alunos asiáticos provavelmente se sairão melhor do que os latinos na seção de matemática do SAT, você provavelmente estará certo. Como um grupo, os estudantes asiáticos tendem a ter notas mais altas do que os latinos (e negros e brancos) nos testes de matemática. Mas se o seu estereótipo leva você a acreditar que essas pontuações refletem diferenças genéticas imutáveis em inteligência ou habilidades matemáticas, você está enganado.[18]

Além disso, os estereótipos podem nos desviar do caminho quando os aplicamos a um membro individual do grupo, e isso pode ser injusto e potencialmente prejudicial - mesmo se o estereótipo for positivo. Os asiático-americanos costumam ser considerados uma "minoria modelo", uma cultura de pessoas trabalhadoras, ambiciosas, inteligentes e excelentes em matemática. Mas o que acontece quando um determinado aluno asiático não gosta de matemática ou precisa de ajuda para ser aprovado no curso?[19] Um dos alunos de Joshua confessou que, como um homem chinês que odeia matemática, ele sofreu inúmeros episódios de vergonha, constrangimento e se sentiu "extremamente estúpido", graças às expectativas de outras pessoas sobre sua superioridade matemática "natural". Os professores freqüentemente presumiam que ele estava entediado ou preguiçoso; colegas de classe, durante testes de matemática ou ciências, tentavam sentar-se perto para copiar suas respostas - para grande desgosto deles. Outro estudante chinês disse: "As pessoas me olham como se eu não tivesse dificuldades na escola, como se eu fosse uma espécie de robô sem sentimentos ou problemas. Como se eu não sentisse dor. É incrivelmente solitário. " Assim, mesmo os estereótipos geralmente benignos ou lisonjeiros podem às vezes ser enganosos porque nenhum estereótipo é característico de cada membro do grupo.

Experimentos mostram que, uma vez que temos informações claras e específicas sobre um determinado indivíduo, abandonamos prontamente os estereótipos como guias de como esse indivíduo é.[20] Quando descobrimos que nosso amigo chinês odeia matemática e não é bom nisso, não precisamos mais do estereótipo do bom em matemática ao pensar nele. Afinal, os seres humanos são motivados a compreender as pessoas, e as informações específicas de um indivíduo costumam ser mais valiosas do que um estereótipo para navegar em nossas interações com uma "categoria". Nos casos em que sabemos pouco sobre uma pessoa, um estereótipo sobre seu grupo pode influenciar nossos julgamentos e avaliações de seu caráter ou comportamento e, na medida em que o estereótipo é impreciso para um membro do grupo específico, isso causará mal-entendidos e problemas para ambos partidos.

É por isso que, apesar da precisão geral e da utilidade dos estereótipos, os psicólogos sociais têm focado mais atenção no lado negro dos estereótipos, casos em que os estereótipos distorcem a realidade, justificam discriminação, gerar conflito ou inflamar preconceitos, como quando um grupo étnico considera outro "preguiçoso" ou "violento". Além disso, ao agrupar todos os "anglos" ou "asiáticos" ou "hispânicos" ou "negros" em uma categoria, as pessoas muitas vezes cometem acidentalmente outro conjunto de erros. Existem 20 países de língua espanhola, cada um com sua própria cultura, identidade e pontos de orgulho, mas as pessoas na América que vêm da Espanha, Porto

Rico, Peru, Cuba ou República Dominicana são normalmente consideradas mexicanas. Assim, aos olhos dos outros, estereótipos aparentemente benignos ou mesmo positivos podem roubar nossa individualidade, cultura e humanidade.

Experimentos de laboratório mostram como a estereotipagem embutida pode ser. Em um experimento, Jeff Stone e seus colegas[21] tiveram estudantes universitários ouvindo uma fita de áudio de 20 minutos de um jogo de basquete universitário. Eles foram convidados a se concentrar em um dos jogadores, com o nome de “Mark Flick”, e foram autorizados a olhar para uma pasta contendo informações sobre ele, incluindo uma fotografia. Metade dos participantes viu a foto de um homem afro-americano; os outros viram a foto de um homem branco. Depois de ouvir o jogo, os alunos avaliaram o desempenho de Flick. Suas avaliações refletiam os estereótipos prevalecentes: os alunos que acreditavam que Flick era afro-americano o classificaram como tendo mais habilidades atléticas naturais e por ter jogado melhor do que aqueles que pensavam que ele era branco. Aqueles que pensavam que ele era branco classificaram-no como tendo maior agilidade e inteligência no basquete.

Os estereótipos nos afetam mesmo que o estereótipo com o qual confiamos seja sobre o nosso próprio grupo. Birt Duncan[22] mostrou às pessoas um filme de um homem negro e um homem branco em uma discussão. Em um ponto do filme, um dos homens empurra o outro. Duncan descobriu que as pessoas interpretavam o empurrão de forma diferente dependendo de quem o empurrou. Se o homem negro empurra o homem branco, é mais provável que eles vejam isso como agressão; se o homem branco empurrasse o negro, era mais provável que eles interpretassem o empurrão como brincalhão. Esse preconceito - ver o mesmo gesto como mais violento quando se trata de um homem negro - apareceu mesmo quando os próprios intérpretes do filme eram negros.

Estereótipos, sexismo e gênero Todos têm estereótipos de mulheres e homens - alguns positivos, outros negativos. As mulheres são consideradas mais empáticas e falantes, e os homens mais competentes e agressivos.[23] Mas os estereótipos de gênero, como todos os estereótipos, exageram as diferenças *entre* dois grupos e tendem a ignorardiferenças nos traços de personalidade e habilidades *dentro de* cada grupo.[24] As mulheres são realmente “mais empáticas” do que os homens? Quais mulheres? Empático com quem? As mulheres não sentem mais empatia por seus inimigos percebidos do que os homens, e os homens podem sentir a mesma empatia por uma criança ferida. Quando o comportamento real de mulheres e homens é observado sistematicamente sob uma variedade de condições, os sexos não diferem em sua capacidade de sentir e expressar empatia pelos outros.[25] Ou considere o estereótipo pop-psicológico de que as mulheres são “mais falantes” do que os homens. James Pennebaker e seus colegas conectaram uma amostra de homens e mulheres com gravadores de voz que monitoraram suas conversas enquanto eles cuidavam de suas vidas diárias. Ambos os sexos usaram em média cerca de 16.000 palavras por dia. Obviamente, algumas pessoas falam mais do que outras, mas não há diferença geral de gênero; o estereótipo de meninas falam mais é simplesmente falso.[26]

Mesmo os estereótipos positivos das mulheres podem ser humilhantes - e ter consequências negativas. Em uma pesquisa envolvendo 15.000 homens e mulheres em 19 nações, Peter Glick e Susan Fiske[27] descobriram que, em todo o mundo, o sexismo

assume duas formas básicas, que eles chamam de **sexismo hostil** e **sexismo benevolente** . Sexistas hostis têm estereótipos negativos sobre as mulheres: as mulheres são inferiores aos homens porque são inerentemente menos inteligentes, menos competentes, menos corajosas, menos capazes de matemática e ciências, e assim por diante. Sexistas benevolentes têm estereótipos positivos sobre as mulheres: as mulheres são mais gentis do que os homens, mais empáticas, mais protetoras. No entanto, ambas as formas de sexismo presumem que as mulheres são o sexo mais fraco: sexistas benevolentes tendem a idealizar as mulheres, vendo-as em termos românticos, admirando-as como cozinheiras e mães e querendo protegê-las. Romântico? Talvez, mas também paternalista. Glick e Fiske descobriram que ambas as formas de sexismo podem legitimar a discriminação contra as mulheres, relegando-as a papéis tradicionais estereotipados - afinal, elas precisam de “proteção” - e justificando o domínio masculino no trabalho e na política.[28]

sexismo hostil:

refletindo uma aversão ativa às mulheres; segurando pontos de vista estereotipados de uma mulher que sugerem que as mulheres são inferiores aos homens

sexismo benevolente:

uma atitude em relação às mulheres que parece favorável, mas na verdade é paternalista; tem visões estereotipadamente positivas das mulheres, mas por baixo assume que as mulheres são o sexo mais fraco e menos competente

Estereótipos femininos podem ter consequências surpreendentes, até mesmo insidiosas. Nos anos entre 1950 e 2012, cerca de duas vezes mais pessoas morreram em furacões com nomes de mulheres do que em furacões com nomes de homens. Por que isso pode ser? De acordo com Kiju Jung e seus associados,[29] pessoas parecem ter menos medo de furacões com nomes femininos do que aqueles com nomes masculinos e, portanto, tomam menos precauções de segurança do que deveriam. Esta hipótese era interessante, mas as conclusões do estudo foram fatalmente erradas por duas razões principais: (1) O estudo incluiu furacões de um período (1950-1978) emquais apenas nomes femininos foram usados; e (2) a diferença de gênero nas mortes por furacões foi baseada em apenas um pequeno número de tempestades muito mortais. Portanto, os dados do mundo real eram sugestivos, mas dificilmente conclusivos - como você já sabe, é por isso que fazemos experimentos. Para testar sua teoria experimentalmente, os pesquisadores fizeram os participantes prever a intensidade de 10 furacões, metade com nomes femininos e metade com nomes masculinos. Os avaliadores pensaram que os furacões masculinos eram mais intensos do que os furacões femininos. Eles consideraram o furacão Alexander mais ameaçador do que o furacão Alexandra, e disseram que teriam mais probabilidade de evacuar suas casas se um furacão iminente se chamasse Christopher do que quando o furacão descrito de forma idêntica se chama Christina.

O componente emocional do preconceito: sentimentos viscerais e ódios

Em seu livro clássico *The Nature of Prejudice,* Gordon Allport ofereceu a seguinte conversa para descrever um problema fundamental com o preconceito:

Sr. X: O problema com os judeus é que eles só cuidam de seu próprio grupo.

Sr. Y: Mas o registro da campanha Community Chest mostra que eles doaram mais generosamente, em proporção ao seu número, para as instituições de caridade em geral da comunidade, do que os não judeus.

Sr. X: Isso mostra que eles estão sempre tentando comprar favores e se intrometer nos assuntos cristãos. Eles não pensam em nada além de dinheiro; é por isso que existem tantos banqueiros judeus.

Sr. Y: Mas um estudo recente mostra que a porcentagem de judeus no setor bancário é insignificante, muito menor do que a porcentagem de não judeus.

Sr. X: É exatamente isso; eles não partem para negócios respeitáveis; eles estão apenas no ramo do cinema ou dirigem boates.[30]

Na verdade, o preconceituoso Sr. X está dizendo: “Não me incomode com fatos; Já me decidi." Ele não faz nenhuma tentativa de contestar os dados apresentados pelo Sr. Y. Ele ou distorce os fatos para fazê-los apoiar seu ódio aos judeus ou os ignora e se volta para uma nova linha de ataque. Uma pessoa profundamente preconceituosa é virtualmente imune ainformações em desacordo com seus estereótipos acalentados. O famoso jurista Oliver Wendell Holmes Jr. uma vez comparou a mente de um fanático à pupila de um olho: “Quanto mais luz você derrama sobre ela, mais ela se contrai”.[31]

Porque isto é assim? O segundo componente do preconceito é emocional, enraizado em sentimentos viscerais que resistem a argumentos racionais. Como disse Allport, "Derrotado intelectualmente, o preconceito perdura emocionalmente". É por isso que tentar dissuadir as pessoas de seus preconceitos tende a ser fútil; tais crenças raramente são baseadas na lógica, então raramente cederão a ela. Na verdade, as raízes emocionais do preconceito frequentemente resultam em estereótipos e atribuições que são mutuamente contraditórias. Por exemplo, na Alemanha nazista e na Argentina, os judeus foram perseguidos por serem comunistas, enquanto na União Soviética comunista eram considerados capitalistas gananciosos e anticomunistas. Seus perseguidores os odiavam por serem muito seculares, mas também por serem muito místicos, por serem fracos e ineficazes *e* (de alguma forma) por serem poderosos o suficiente para dominar o mundo.[32] Os sentimentos viscerais de preconceito conduzem o barco; razões lógicas seguem em sua esteira para racionalizá-los. Em outras palavras, as pessoas não decidiram odiar e atacar os judeus porque eles eram comunistas; eles chamavam os judeus de comunistas porque os odiavam. Os estereótipos podem, portanto, ser vistos como tendo dois propósitos distintos: eles fornecem atalhos informativos para economizar energia e racionalizações posteriores para sentimentos preconceituosos.[33]

Os neurocientistas sociais investigam quais partes do cérebro podem estar envolvidas na formação de estereótipos, mantendo crenças preconceituosas e sentindo nojo, raiva ou ansiedade em relação a um grupo étnico ou estigmatizado.[34] Em uma série de estudos liderados por Elizabeth Phelps e seus colegas,[A 35] afro-americanos e brancos foram mostradas fotos de negros e brancos enquanto seus cérebros eram escaneados. Eles

encontraram atividade elevada na amígdala (a estrutura do cérebro associada ao medo e outras emoções negativas) quando viram fotos do membro do grupo externo, mas pouca resposta quando as pessoas viram fotos de membros de seu próprio grupo. Essas diferenças despertam um sentimento de preocupação ou perigo, que nossa mente consciente trabalhará para avaliar ou racionalizar. No entanto, estudos como esses não significam que esses participantes eram “preconceituosos” em relação aos membros do outro grupo ou que a amígdala é um centro de “preconceito” do cérebro. Em um experimento semelhante, quando os participantes estavam registrando os rostos como indivíduos ou como parte de um teste visual simples, em vez de membros da categoria *negros* , suas amígdalas não mostraramaumento da ativação. O cérebro pode ser projetado para registrar diferenças, ao que parece, mas quaisquer associações negativas com essas diferenças dependem do contexto e do aprendizado.[36]

Todos nós temos algum grau de preconceito, seja contra uma etnia, nacionalidade ou grupo racial, contra pessoas com orientações sexuais diferentes da nossa, contra áreas específicas do país para se viver, ou mesmo contra certos alimentos. Nessa cultura, a maioria de nós não come insetos e provavelmente acha a ideia um tanto nojenta. Suponha que o Sr. Y lhe dissesse que lagartas ou tesourinhas são uma grande fonte de proteína e, quando perfeitamente preparadas, extremamente saborosas. Você poderia correr para casa e fritar um lote? Duvidoso. Como o Sr. X, sua reação instintiva ao comer insetos provavelmente o motivaria a encontrar algum outro motivo para seu preconceito, como o fato de os insetos serem feios. Afinal, em nossa cultura, comemos apenas criaturas esteticamente bonitas - como lagostas!

O Componente Comportamental do Preconceito: Discriminação

O preconceito geralmente leva à **discriminação** e ao tratamento injusto de membros de um grupo estigmatizado. Embora a maioria das formas de discriminação explícita nas escolas e no local de trabalho sejam agora ilegais nos Estados Unidos, o preconceito pode se expressar comportamentalmente de maneiras sutis, mas significativas. Todos os tipos de pessoas têm sido alvo de discriminação: homens baixos, idosos, deficientes físicos e gordos. Apesar do fato de que quase 40 por cento da população americana se qualifica como obesa,[37] pessoas pesadas costumam ser alvo de piadas, assédio e humilhação; eles têm menos probabilidade do que pessoas esguias de serem contratados e promovidos; e são menos propensos a receber tratamento médico apropriado de seus médicos. A discriminação de peso é considerada um dos poucos preconceitos “aceitáveis” remanescentes, provavelmente porque a obesidade é considerada, geralmente erroneamente, como estando sob o controle de uma pessoa.[38]

discriminação:

tratamento injusto de membros de um grupo estigmatizado

Mesmo quando a discriminação contra um grupo se torna ilegal, pode continuar em outras formas. Em 2015, a Suprema Corte emitiu uma decisão permitindo o casamento entre pessoas do mesmo sexo, o que representou um avanço notável na busca do movimento LGBTQ por aceitação total. Mesmo assim, gays, lésbicas e pessoas trans ainda são vítimas de preconceito e discriminação. Em uma pesquisa realizada em 2016, gayse as estudantes lésbicas do ensino médio tinham cerca de três vezes mais probabilidade do

que as estudantes heterossexuais de relatarem ter sido estupradas ou de outra forma vítimas durante um encontro; mais de um terço relatou ter sofrido bullying na escola; 40 por cento consideraram seriamente o suicídio; e 29 por cento tentaram no ano em que a pesquisa foi feita.[39]

Discriminação racial e étnica Desde os primeiros dias dos Estados Unidos, a discriminação racial tem atormentado o país. Como eu disse, embora a situação tenha melhorado muito de muitas maneiras, a discriminação persiste, muitas vezes de maneiras não óbvias. Nas escolas, as crianças negras são suspensas quase três vezes mais do que as crianças brancas, mesmo na pré-escola - mas não porque estejam se comportando de forma mais agressiva ou perturbadora.[40] Os atos que suspendem os alunos negros tendem a ser substancialmente menos severos e mais vagos do que os dos alunos brancos. Por exemplo, enquanto os alunos negros e brancos são mais propensos a serem punidos por ofensas concretas como fumar, deixar a escola sem permissão, usar linguagem obscena e vandalizar propriedades, os alunos negros são mais propensos a ter problemas por ofensas subjetivas como desrespeito , fazendo barulho excessivo, tendo uma atitude ameaçadora e vadiando.[41 Os] professores costumam recorrer a seus estereótipos negativos de crianças negras para decidir que o comportamento ambíguo de seus alunos é pior do que é. Em um experimento, os pesquisadores mostraram aos professores um vídeo de quatro jovens alunos brincando: um menino e uma menina negros e um menino e uma menina brancos. Eles foram instruídos a procurar comportamentos potencialmente problemáticos, que na verdade não ocorreram no filme; as crianças brincaram sem incidentes durante todo o vídeo. A tecnologia de rastreamento ocular, que indicava precisamente onde a atenção dos professores estava focada, revelou que todos os professores - tanto brancos quanto negros - passavam muito mais tempo observando as crianças negras, especialmente o menino.[42]

A discriminação racial é, infelizmente, galopante na aplicação da lei. Os afro-americanos têm muito mais probabilidade do que os brancos de serem presos, condenados e encarcerados pelo mesmo crime. Assim, a posse de crack, que está mais disponível nas comunidades afro-americanas, acarreta penas mais severas do que a posse de cocaína em pó, que está mais disponível nas comunidades brancas - embora ambos sejam do mesmo produto químico.[43] Pessoas brancas abusam de drogas com muito mais frequência do que suas contrapartes minoritárias, mas são presas, processadas e punidas com muito menos frequência.[44] Dos cerca de 1,4 milhão de homens americanos na prisão, 40 por cento são negros e30 por cento são hispânicos; na verdade, em seu livro *The New Jim Crow: Encarceramento em massa na idade do daltonismo* , a professora de direito Michelle Alexander relata que mais homens negros estão atrás das grades ou sob a vigilância do sistema de justiça criminal hoje do que escravos em 1850.[45] Estudos de pesquisa de registros policiais[46] descobriram que suspeitos negros e latinos são parados, espancados, algemados e presos quase quatro vezes mais do que suspeitos brancos pelo mesmo comportamento “suspeito”. Em uma pesquisa liderada por Philip Goff, estudantes de graduação e policiais avaliaram jovens negros, brancos ou latinos suspeitos de crimes e foram solicitados a estimar sua idade e culpabilidade por suas ações. Os meninos negros eram considerados significativamente mais velhos e menos inocentes do que os meninos brancos e eram considerados mais merecedores da força

policial. Outro aluno afro-americano de Joshua, um aluno com nota A que frequentou uma escola charter na cidade de Nova York, descreveu seu relacionamento com a polícia: “Se estiver calor e eu estiver apenas usando meu uniforme escolar, eles me deixam em paz . Mas se ficar frio e eu colocar meu moletom, de repente eu sou um gangster e eles estão em cima de mim, procurando por drogas e armas. ”

Os experimentos de campo mostram como a raça é importante na contratação. Ao se candidatar a um emprego, candidatos com nomes negros como DeShawn ou Queenisha têm menos probabilidade de serem chamados para uma entrevista por empregadores do que candidatos com nomes como Emily ou Greg, mesmo que enviem currículos idênticos.[47] Sociólogo Devah Pager[48] enviaram pares de graduados universitários bem tratados e falantes com currículos idênticos para visitar mais de 350 empregadores anunciando vagas de emprego de nível básico na área de Milwaukee. Metade dos candidatos era branca e a outra metade negra. Eles foram ensinados a se comportar educadamente com todos os empregadores. Dentro de cada grupo, metade indicou em seu formulário de emprego que havia cumprido 18 meses de prisão por posse de cocaína. Quem seria chamado de volta para uma entrevista? Brancos com ficha limpa foram chamados três vezes mais do que candidatos negros com ficha limpa. Entre os ex-presidiários, os empregadores contatavam os brancos duas vezes mais que os negros. De fato, os empregadores mostraram preferência por condenados brancos em vez de candidatos negros com ficha limpa!

Discriminação de gênero Assim como acontece com a raça, muitas pessoas acreditam que a discriminação de gênero deixou de ser uma barreira para as mulheres nos Estados Unidos. Afinal, como é o caso na maioria dos países desenvolvidos, as meninas agora têm um desempenho melhor do que os meninos na maioria das matérias da escola e são mais propensas a frequentar e se formar na faculdade.[49] No entanto,continuam a ser discriminados, na crença preconceituosa de que são menos competentes do que os homens. Quando os professores de ciências das principais universidades foram solicitados a avaliar currículos de alunos se candidatando a um cargo de gerente de laboratório de ciências, os professores homens e mulheres acharam que o candidato era superior à mulher - mais capaz, mais digno de ser contratado e mais merecedor de um salário inicial mais alto e orientação de carreira. Ainda assim, os currículos mostraram habilidades e realizações idênticas; a única diferença era um nome masculino ou feminino atribuído aleatoriamente.

Em 1963, o Congresso aprovou a Lei de Igualdade de Salários, exigindo que homens e mulheres no mesmo local de trabalho recebessem pagamento igual por trabalho igual. No entanto, a disparidade de gênero na remuneração persiste. Em 2014, a mulher americana típica ganhava cerca de 77 centavos para cada dólar ganho pelo homem americano típico. A diferença salarial é ainda maior para as mulheres afro-americanas e latinas, com as mulheres afro-americanas ganhando 64 centavos e as mulheres latinas ganhando 56 centavos para cada dólar ganho por um homem branco.[50] Mesmo depois de levar em consideração o tipo de trabalho que as pessoas fazem, ou qualificações como educação e experiência, a disparidade salarial permanece.[51]

Uma forma de avaliar o efeito do preconceito nas práticas de contratação é ver o que acontece quando as pessoas podem se inscrever ou fazer um teste para um emprego

sem revelar sua raça ou gênero. Em 1970, as mulheres representavam apenas 5% dos músicos de nossas melhores orquestras. As orquestras sinfônicas eram clubes de meninos dirigidos por diretores e comitês masculinos. Qualquer pessoa que assistisse à sinfonia naquela época teria motivos para acreditar que mais homens tocavam em orquestras porque os homens eram melhores músicos. Quando as orquestras sinfônicas começaram a conduzir as audições com o uso de uma tela - de forma que o maestro ficasse cego para a identidade dos músicos que faziam a audição - o número de mulheres contratadas pelas principais orquestras sinfônicas disparou. Hoje, em grande parte por causa de audições cegas, a maioria das orquestras sinfônicas é dividida igualmente entre músicos e músicos.[52]

Identificando preconceitos inconscientes

No passado, as pessoas se sentiam mais confortáveis vestindo seus preconceitos em suas mangas e, nas décadas de 1960 e 1970, os psicólogos sociais podiam simplesmente perguntar às pessoas como se sentiam em relação aos membros de vários grupos - e eles diziam, com muita franqueza, o quanto não gostavam " aquelas pessoas." Com o surgimento dos movimentos pelos direitos civis, tornou-se cada vez mais tabu que as pessoas expressassem preconceito abertamente, por palavras ou atos; eles podem perder seus empregos assim como seus amigos. Embora muitas pessoas agora sintam que têm permissão para ser “politicamente incorretas” sobre seus preconceitos (certamente na internet), os cientistas sociais acreditam que um número significativo de pessoas continua a ter preconceitos, mas está escondendo isso - até de si mesmas.

Medindo preconceitos implícitos Um método que supostamente detecta preconceitos que as pessoas não sabem que possuem tem atraído a atenção mundial. O **Teste de Associação Implícita (IAT)** , desenvolvido por Mahzarin Banaji e Anthony Greenwald, mede a velocidade das associações positivas e negativas das pessoas a um grupo-alvo.[53] Funciona assim: você se senta em um console e vê uma série de rostos que deve classificar o mais rápido possível, pressionando a tecla esquerda para um rosto preto, digamos, e a tecla direita para um rosto branco. Agora você deve fazer o mesmo para uma série de palavras positivas ou negativas: pressione a tecla esquerda para palavras positivas (como triunfo, alegria, honesto) e a tecla direita para palavras negativas (como diabo, larva, fracasso). Depois de dominar essas tarefas de classificação, os rostos e as palavras são combinados. Agora, o mais rápido possível, você deve pressionar a tecla esquerda quando vir um rosto preto ou uma palavra positiva e a tecla direita quando vir um rosto branco ou uma palavra negativa. Você recebe um rápido conjunto de combinações: *preto + triunfo, preto + veneno, branco + paz, branco + ódio,* etc. Os pares ficam mais difíceis conforme você avança.

Teste de associação implícita (IAT):

mede a velocidade das associações positivas e negativas das pessoas a um grupo-alvo

Repetidamente, os estudos descobriram que as pessoas respondem mais rapidamente quando rostos brancos são combinados com palavras positivas e quando rostos negros são combinados com palavras negativas. Essa diferença de velocidade é considerada uma medida de suas *atitudes implícitas em relação* aos afro-americanos porque é mais difícil para suas mentes inconscientes relacionar os afro-americanos com palavras

positivas. Versões do IAT foram administradas usando muitos grupos-alvo, incluindo pessoas jovens ou velhas, homens ou mulheres, asiáticos ou brancos, deficientes ou não, gays ou heterossexuais, gordos ou magros. Mais de 15 milhões de pessoas de todas as idades e estilos de vida, em todo o mundo, fizeram o teste online, na escola ou no local de trabalho, e a maioria aprendeu que possui preconceitos implícitos.[54]

Banaji e Greenwald[55] relatam que as pessoas muitas vezes ficam surpresas e alarmadas ao saberem que têm preconceitos dos quais desconhecem. A própria Banaji, uma mulher de cor que nasceu e foi criada na Índia, diz que "falhou" no IAT racial, revelando associações anti-negrasque ela repudia conscientemente. Uma ativista gay que eles descreveram ficou chocada ao saber que “sua própria mente continha associações gays = más mais fortes do que gays = boas”. Os jovens têm tempos de reação mais rápidos ao *velho* + *mau do* que ao *velho* + *bom* , mas a grande maioria dos idosos também. E o escritor Malcolm Gladwell, que é birracial, também ficou chocado com suas respostas no IAT. Os pesquisadores citaram de sua entrevista com Oprah Winfrey: “A pessoa em minha vida [sua mãe] que eu amo mais do que quase qualquer outra é negra, e aqui estava eu fazendo um teste que dizia, francamente, eu não era muito louco sobre negros, sabe? ”

Não tão rápido, Malcolm! O IAT pode significar que você tem preconceito, mas pode não ser. Cientistas psicológicos têm debatido as ambigüidades que cercam as interpretações do teste. Se a resposta de Gladwell para *preto* + *bom* for alguns milissegundos mais lenta do que para *preto* + *ruim* , isso pode significar que ele possui uma tendência inconsciente (implícita). Mas também pode significar que o IAT nem sempre está medindo o que diz estar medindo.[56] Alguns pesquisadores acham que simplesmente captura uma associação cultural ou estereótipo, da mesma forma que as pessoas seriam mais rápidas em juntar *pão* + *manteiga do* que *pão* + *abacate* . Assim, os idosos podem realmente ser tão preconceituosos contra os outros como os jovens, mas também pode ser que os velhos e os jovens tenham consciência dos mesmos estereótipos culturais e associações com os idosos ou quaisquer outros grupos.[57]

Uma maneira de julgar a validade do IAT é ver se uma pontuação alta prediz o comportamento real em relação a idosos, gordos, afro-americanos ou qualquer outro grupo. Os criadores do estudo afirmam que quanto mais alta a pontuação IAT de uma pessoa, maior a probabilidade de ela discriminar o alvo de alguma forma; por exemplo, um estudo descobriu que brancos que revelam preconceito racial no IAT tendem a considerar os negros menos confiáveis[58] e outro descobriram que brancos com pontuações altas não se comunicam tão calorosamente com os negros em ambientes profissionais quanto fariam com os brancos.[59] De modo geral, entretanto, as evidências que ligam as pontuações do IAT com o comportamento manifesto são fracas. Isso significa que, se um determinado indivíduo fizesse o IAT e obtivesse uma pontuação alta, não significa necessariamente que essa pessoa tenha preconceito. Nem mesmo significa que o indivíduo obteria a mesma pontuação algumas semanas depois.[60]

Além disso, quando Adam Hahn e seus colegas[61] pediram diretamente às pessoas que previssem suas respostas em relação a cinco grupos diferentes no IAT, eles descobriram que as pessoas eram "surpreendentemente precisas", independentemente de terem sido informadas de que as atitudes implícitas são preconceitos "verdadeiros" ou associações culturalmente aprendidas. Os pesquisadores concluíram queos "resultados lançam

dúvidas sobre a crença de que as atitudes ou avaliações medidas pelo IAT refletem necessariamente atitudes inconscientes."

Preconceito e comportamento implícitos Embora não esteja claro se o IAT está realmente medindo preconceitos inconscientes, estou convencido de que Banaji e Greenwald estão tentando chegar a algo importante. Sabemos que muitas pessoas que genuinamente se consideram livres de preconceitos irão, sob certas condições, se comportar de maneira preconceituosa.[62] Quando essas pessoas interagem com pessoas pelas quais têm sentimentos negativos implícitos, elas podem se sentir desconfortáveis, expressando esse desconforto de maneiras sutis que o receptor sente, mas não consegue identificar.

Uma condição sob a qual as pessoas têm maior probabilidade de revelar seus preconceitos (ou outros preconceitos) é a fadiga mental: quando estão cansadas, bêbadas, distraídas, assustadas, irritadas ou fazendo qualquer coisa que esgote ou distraia seus recursos cognitivos. Sob tais circunstâncias, as pessoas tendem a cair em seus estereótipos, mesmo que sejam altamente motivadas para acertar as coisas.

Por exemplo, é mais provável que as pessoas revelem seus preconceitos quando estão com raiva. Em um experimento,[63] alunos brancos foram informados de que infligiriam choque elétrico em outro aluno, o “aluno”, a quem eles disseram ser branco ou afro-americano, como parte de um aparente estudo de biofeedback. Os alunos inicialmente deram menor intensidade de choque aos alunos negros do que aos brancos, refletindo um desejo, talvez, de demonstrar ao experimentador (e talvez de se convencer) de que não eram preconceituosos. Os alunos então ouviram o aluno fazer comentários depreciativos sobre eles, o que naturalmente os deixou com raiva. Agora, dada outra oportunidade de infligir choque elétrico, os alunos que trabalhavam com um aluno negro administraram níveis mais elevados de choque do que os alunos que trabalharam com um aluno branco. O mesmo padrão aparece em estudos sobre como os canadenses falantes de inglês se comportam em relação aos canadenses de língua francesa, os heterossexuais com os gays, os estudantes não judeus com os judeus e os homens com as mulheres.[64]

Christian Crandall e Amy Eshleman[65] sugerem que exatamente porque suprimir preconceitos exige esforço, as pessoas podem ser particularmente atraídas por informações que justifiquem seus sentimentos negativos e lhes permitam expressá-los. Uma justificativa válida para não gostar de um grupo nos permite expressar preconceito sem nos sentirmos como fanáticos - evitando assim a dissonância cognitiva que seria criada por "Eu sou umpessoa justa, justa e sem preconceitos ”e“ Mas eu realmente não gosto dessas pessoas ”. David Frey e Samuel Gaertner[66] demonstraram esse conflito estudando as condições em que os brancos provavelmente ofereceriam ajuda a uma pessoa negra necessitada. Em seu estudo, eles descobriram que os participantes brancos estavam tão dispostos a ajudar um aluno negro quanto um aluno branco, mas apenas quando a pessoa que precisava de ajuda demonstrasse esforço suficiente. Quando os alunos brancos eram levados a acreditar que o aluno não havia trabalhado duro o suficiente na tarefa, eles eram mais propensos a recusar o pedido de ajuda de um aluno negro do que o de um aluno branco. Eles se sentiram justificados em recusar a ajuda quando a pessoa que perguntou confirmou seu estereótipo de ser preguiçoso e, portanto, indigno.

Outro fator importante para justificar nossos preconceitos é se acreditamos que um indivíduo tem *controle* sobre sua situação. Sugeri anteriormente que o preconceito anti-gordura era a última forma “aceitável” de preconceito, porque a maioria das pessoas acredita que pessoas gordas podem controlar seu peso. (Hoje os cientistas sabem que, embora as pessoas tenham controle sobre a perda de quantidades relativamente pequenas de peso, a obesidade é totalmente diferente e não é uma questão de "força de vontade".) Outra maneira de dizer aceitável é "facilmente racionalizada". Quanto mais facilmente pudermos racionalizar nosso preconceito, maior será a probabilidade de mantê-lo e agir de acordo com ele. Posso me sentir melhor em discriminar você se estiver convencido de que seus traços desagradáveis são culpa sua. Um experimento de Eden King e seus associados[67] testou essa lógica. Uma jovem foi enviada a lojas de departamentos para interagir com os vendedores. Metade das vezes ela parecia obesa, usando um “terno gordo” sob as roupas; na metade do tempo ela tinha peso médio. Em algumas dessas visitas, ela estava bebendo refrigerante diet; em outros, ela estava bebendo um milkshake. Quando ela era gorda, mas parecia motivada a perder peso bebendo refrigerante diet, os vendedores a tratavam com a mesma gentileza de quando ela era magra. Mas quando ela estava bebendo o milkshake, sua obesidade parecia ser uma questão de escolha. Embora os vendedores não a tratassem com hostilidade flagrante, sorriam para ela com menos frequência, faziam menos contato visual com ela e falavam com ela de maneira mais abrupta e menos amigável.

Causas de Preconceito

Que fatores geram preconceito? O que o incentiva e sustenta? Vimos repetidamente neste livro que, como animais tribais, temos a tendência de ver o mundo em nossos termos. No Capítulo 2 , discuti sobre nós - eles pensando longamente, mostrando como é fácilcriar um “nós” sobre questões triviais no laboratório (“Você está no 'Grupo X' ou 'Grupo W'?”) e em eventos esportivos (“Nossa equipe é a melhor!”), bem como sobre as principais diferenças de grupo de religião, nacionalidade e outros aspectos mais profundos de nossas identidades sociais. Uma vez que uma pessoa diferencia entre *nós* e *eles* , o palco está montado para estereótipos, preconceito, discriminação e a racionalização que se segue. Esse mecanismo de proteção de grupo e o **viés interno** resultante é um mecanismo de sobrevivência biológica que nos induz a favorecer nossos próprios parentes e tribos, e a ser cautelosos com estranhos. Por causa das barreiras geográficas, é quase certo que nossos ancestrais nunca viram estranhos de outra raça, razão pela qual não evoluímos para ser “racistas”, mas para ser “outros -istas”.

enviesamento do grupo:

quando favorecemos nosso próprio grupo em detrimento de outro

Independentemente de quaisquer predisposições desenvolvidas, no entanto, os psicólogos sociais sabem que o conteúdo específico do preconceito deve ser aprendido, por meio das instituições que estabelecem normas de atitudes e comportamento, imitando e conformando-se com as atitudes e comportamento dos outros, e através das maneiras pelas quais construímos nossa própria realidade psicológica.

Nesta seção, examinarei quatro causas sócio-psicológicas básicas do preconceito: (1) competição ou conflito econômico e político, (2) agressão deslocada, (3) manutenção de

status ou autoimagem e (4) conformidade com normas sociais existentes. Essas causas não são mutuamente exclusivas - na verdade, podem operar todas ao mesmo tempo - mas seria útil determinar a importância de cada uma, pois qualquer ação que possamos recomendar na tentativa de reduzir o preconceito vai depender do que acreditamos ser a causa principal. Uma das razões pelas quais fui atraído pela primeira vez à psicologia social é que ela é um campo que estuda mudança e progresso. Se eu acreditasse que o preconceito é em grande parte resultado de traços de personalidade arraigados, poderia jogar minhas mãos ao alto em desespero e concluir que, na ausência de uma psicoterapia profunda, a maioria das pessoas preconceituosas sempre serão preconceituosas. Isso me levaria a zombar das tentativas de reduzir o preconceito reduzindo a competitividade ou tentando neutralizar as pressões da conformidade. Vamos dar uma olhada em cada uma das quatro causas.

Competição econômica e política O preconceito freqüentemente resulta de forças econômicas e políticas. De acordo com essa visão, dado que os recursos são limitados, o grupo dominante pode tentar explorar um grupo minoritário para obter alguma vantagem material. Atitudes preconceituosas tendem a aumentar quando os grupos estão em conflito por objetivos mutuamente exclusivos. Isso é verdade se os objetivos são econômicos, políticos,ou ideológico. Assim, nos últimos cem anos, os americanos brancos manifestaram ódio contra judeus, japoneses, alemães, irlandeses, iranianos, mexicanos e muitos outros concidadãos, tudo em função de quem foi acusado de roubar nossos empregos em um determinado momento. Em um de seus primeiros estudos clássicos de preconceito em uma pequena cidade industrial, John Dollard[68] documentou o fato de que, embora não houvesse inicialmente nenhum preconceito perceptível contra os alemães que haviam chegado lá, ele aumentou à medida que os empregos se tornaram escassos: "Opiniões depreciativas e depreciativas foram expressas sobre esses alemães, e os brancos nativos tinham um senso satisfatório de superioridade em relação a eles ... O principal elemento na permissão para ser agressivo contra os alemães era a rivalidade por empregos e status nas fábricas locais de madeira ”.

Ou considere como as atitudes em relação aos imigrantes chineses nos Estados Unidos flutuaram descontroladamente ao longo do século XIX, estimuladas em grande parte pelas mudanças na competição econômica. Quando os chineses estavam tentando minerar ouro na Califórnia, competindo com os homens brancos que haviam chegado em massa para enriquecer rapidamente, eles foram descritos como "depravados e cruéis ... glutões nojentos ... sedentos de sangue e desumanos".[69] No entanto, apenas uma década depois, quando estavam dispostos a aceitar o trabalho perigoso e árduo na construção da ferrovia transcontinental - trabalho que os americanos brancos não estavam dispostos a empreender - eles eram geralmente considerados sóbrios, trabalhadores e obedientes à lei. Na verdade, Charles Crocker, um dos magnatas das ferrovias ocidentais, escreveu: “Eles são iguais aos melhores homens brancos ... Eles são muito confiáveis, muito inteligentes e cumprem seus contratos”. Após a conclusão da ferrovia, no entanto, os empregos tornaram-se mais escassos; quando a Guerra Civil terminou, houve um afluxo de ex-soldados em um mercado de trabalho já apertado. Isso foi imediatamente seguido por um aumento acentuado nas atitudes negativas em relação aos chineses. O estereótipo mudou novamente para criminoso, conivente, astuto e estúpido.

Esses dados sugerem que a competição e o conflito geram preconceito. Em uma pesquisa realizada na década de 1970, a maior parte do preconceito contra os negros foi encontrada em grupos que estavam apenas um degrau acima dos negros em termos socioeconômicos. E essa tendência foi mais pronunciada em situações em que brancos e negros estavam em competição acirrada por empregos.[70] Hoje, os sentimentos negativos em relação aos mexicanos - e outros erroneamente considerados como competindo pelos empregos dos americanos brancos - estão aumentando.

No entanto, há alguma ambigüidade na interpretação dos dados porque, em alguns casos, a variável da competição está interligada com outros fatores, como nível de educação, histórico familiar, níveis de alfabetização e habilidades para o trabalho. Para determinar se a competição em *si* causa preconceito, é necessário um experimento. Tal experimento foi conduzido por Muzafer Sherif e seus colegas[71] no ambiente natural de um acampamento de escoteiros chamado Robbers Cave. Meninos de 12 anos saudáveis e bem ajustados foram aleatoriamente designados para um de dois grupos, os Eagles ou os Rattlers. Dentro de cada grupo, os jovens eram ensinados a cooperar por meio de atividades que tornavam os membros de cada grupo altamente interdependentes: construir um trampolim para a piscina, preparar refeições em grupo, construir uma ponte de corda e assim por diante.

Depois que um forte sentimento de coesão se desenvolveu dentro de cada um dos dois grupos, o palco estava montado para um conflito nós-contra-eles. Os pesquisadores organizaram uma série de competições - jogos de futebol americano, beisebol e cabo de guerra - e entregaram prêmios ao time vencedor. Essa configuração gerou hostilidade e má vontade entre as equipes durante os jogos. Além disso, os investigadores criaram situações bastante diabólicas para colocar os grupos em conflito. Em um deles, os investigadores organizaram uma festa de acampamento para que os Eagles pudessem chegar bem antes dos Rattlers. Os refrescos consistiam em dois tipos muito diferentes de comida: cerca de metade da comida era fresca e apetitosa, exatamente o que os meninos gostariam de comer; a outra metade era esmagada, feia e pouco apetitosa. Talvez por causa da competitividade geral que já existia, os primeiros chegadores confiscaram a maior parte dos refrescos apelativos, deixando a comida menos apetitosa para os seus adversários. Quando os Rattlers finalmente chegaram e viram como haviam sido aproveitados, ficaram irritados - tão irritados que começaram a xingar as Águias. Como as Águias acreditaram que mereciam o que receberam (o primeiro a chegar, primeiro a ser servido), elas se ressentiram desse tratamento e responderam na mesma moeda. O xingamento transformou-se em arremesso de comida e, em pouco tempo, um tumulto em grande escala estava em andamento.

Após este incidente, Sherif e sua equipe eliminaram os jogos competitivos e permitiram que os meninos se reunissem. Uma vez que a hostilidade foi despertada, no entanto, simplesmente parar a competição não foi suficiente para eliminá-la. Na verdade, os sentimentos ruins continuaram a aumentar, mesmo quando os dois grupos estavam simplesmente sentados assistindo filmes. Por fim, os investigadores conseguiram reduzir o conflito entre as Águias e os Rattlers, e contarei como fizeram isso mais adiante neste capítulo.

Agressão deslocada: a teoria do bode expiatório No capítulo anterior, afirmei que a agressão é causada, em parte, pela frustração e outros estados aversivos, como dor ou tédio. Nesse capítulo, vimos que existe uma forte tendência de indivíduos frustrados atacarem a causa de sua frustração. Freqüentemente, porém, a causa da frustração de uma pessoa é muito grande ou muito vaga para retaliação direta. Por exemplo, se um menino de 6 anos é humilhado pela professora, como ele pode revidar? O professor tem muito poder. Mas essa frustração pode aumentar a probabilidade de sua agressão contra um espectador menos poderoso - mesmo que o espectador não tenha nada a ver com sua humilhação. Da mesma forma, se houver desemprego em massa, quem é o trabalhador desempregado e frustrado que vai lutar contra o sistema econômico? O sistema é muito grande e muito impessoal. Conseqüentemente, o trabalhador desempregado pode tentar encontrar uma pessoa ou grupo para culpar.

Os antigos hebreus tinham uma solução. Durante os dias de expiação, um sacerdote colocava as mãos na cabeça de um bode enquanto recitava os pecados do povo, transferindo simbolicamente o pecado e o mal do povo para o bode. O bode foi então autorizado a escapar para o deserto, purificando assim a comunidade do pecado. O animal foi chamado de *bode expiatório* . Nos tempos modernos, o termo **bode expiatório** descreve o processo de culpar inocentes - e impotentes - por nossos problemas. A globalização terceirizou seu trabalho? A inflação esgotou sua conta bancária? Você não pode bater no presidente ou no sistema econômico, mas pode encontrar um bode expiatório. Ao longo da história, as vítimas não foram autorizadas a escapar para o deserto, mas foram submetidas a tratamento cruel ou morte. Na Alemanha nazista, os bodes expiatórios eram judeus; na Califórnia do século XIX, eles eram imigrantes chineses; no sul rural, eles eram afro-americanos.

bode expiatório:

o processo de culpar uma pessoa inocente relativamente impotente por algo que não é sua culpa

Experimentos de laboratório[72] sugerem que os indivíduos, especialmente quando se sentem frustrados, irão deslocar a agressão para grupos que não gostam, que são visíveis e que são relativamente impotentes. Embora os maus-tratos a grupos externos possam surgir por si próprios como produto de agressão deslocada, a forma que assume depende do contexto social, do que é permitido ou aprovado pelo grupo interno. Por exemplo, o linchamento de afro-americanos e pogroms (massacres organizados) contra judeus ocorreu apenas quando a cultura ou subcultura dominante aprovou essas ações violentas e até mesmo as convocou.[73 As] normas são cruciais. As pessoas podem ter muitos preconceitos, mas mantê-los sob controle quando oas regras sociais enfatizam a civilidade e a gentileza. Por outro lado, um político ou pregador inflamado pode incitar os seguidores a quebrar essas regras e encorajar a expressão feia e flagrante de todo e qualquer preconceito. É isso que fazem os demagogos, líderes políticos que buscam o poder explorando os preconceitos, medos e ressentimentos das pessoas, canalizando esses sentimentos para bodes expiatórios - grupos minoritários, “inimigos” externos - que são culpados por todos os problemas. Em 1949, dois psicólogos sociais analisaram um grande número de discursos proferidos por demagogos ao longo da história.[74] Eles encontraram uma regularidade notável em suas mensagens:

- Você foi enganado. Seu lugar na sociedade é inseguro, mas não por sua culpa.
- Existe uma conspiração generalizada; este sistema está armado contra nós.
- Pessoas boas como nós são sempre idiotas.
- Nossos inimigos são animais inferiores: répteis, insetos, subumanos.
- Não podemos confiar em estrangeiros; eles estão tirando todos os nossos empregos.
- Também não podemos confiar em nosso próprio governo; está corrompido. Liberdades civis são "liberdades tolas".
- Estamos caminhando para o desastre. Doom está ao virar da esquina. Pessoas sinceras, simples e boas como você precisam de um líder. Eis que eu sou ele! Vou mudar toda a bagunça podre!
- Todos estão contra mim - a imprensa, os judeus, os burocratas nojentos estão tentando me calar. Os inimigos tramam contra minha vida, mas Deus vai me proteger. Eu vou te liderar.

Isso foi escrito em 1949! Você pode ter ouvido um eco dessas declarações nas últimas eleições em todo o mundo. Os demagogos surgem em condições de ansiedade e incerteza, atraindo especialmente aqueles que sentem que estão ficando para trás ou que perderam status na ordem social.[75] Homens brancos sem instrução, por exemplo, perderam oportunidades à medida que a economia se tornou mais orientada para o conhecimento e a automação e a globalização reduziram o número de empregos disponíveis nas fábricas. Para esses indivíduos, a narrativa do demagogo de que o sistema foi manipulado contra eles - que seu fracasso não é culpa deles, mas de estrangeiros e imigrantes que ameaçam sua prosperidade e segurança - é psicologicamente reconfortante.

A manutenção da autoimagem **e do status** Um poderoso determinante do preconceito está embutido em nossa necessidade de justificar nosso comportamento e senso de identidade. Já vimos que, se tivermos feito algo cruel a uma pessoa ou grupo de pessoas, a maioria de nós tentará culpar essa pessoa ou difamar aquele grupo para justificar nossa crueldade. Se pudermos nos convencer de que um grupo é indigno, subumano, estúpido ou imoral, nos sentimos livres para escravizar membros desse grupo, privá-los de uma educação decente ou agredi-los, sem questionar nosso próprio senso de moralidade. Podemos então continuar a nos sentir bons cristãos, judeus ou muçulmanos, porque não ferimos um ser humano decente, mas alguém “subumano”. Se formos habilidosos o suficiente, podemos até nos convencer de que a matança bárbara de velhos, mulheres e crianças é uma virtude religiosa. Isso é o que os cruzados cristãos fizeram centenas de anos atrás, quando massacraram judeus europeus em seu caminho para a Terra Santa, onde massacraram milhares de muçulmanos, tudo em nome do Príncipe da Paz; é o que o ISIS faz hoje, massacrando cristãos, judeus e outros muçulmanos indiscriminadamente em nome de Alá, "o mais misericordioso". Novamente, essa forma de autojustificação serve para intensificar a brutalidade subsequente. Preserva a autoimagem, mas também leva a um aumento da hostilidade contra a pessoa ou grupo alvo.

Por outro lado, se nosso status é baixo na hierarquia socioeconômica, a presença de um grupo minoritário oprimido permite que nos sintamos superiores a *alguém* . Vários estudos têm mostrado que um bom preditor de preconceito é se o status social de uma pessoa é baixo ou em declínio. Por exemplo, Jennifer Crocker e seus colegas[76] descobriram que mulheres universitárias que pertenciam a irmandades de baixo status expressavam mais preconceito e depreciação de outras irmandades do que os membros de irmandades de status superior. Da mesma forma, quando pesquisadores investigaram o preconceito de brancos contra negros[77] ou de gentios contra judeus,[78] eles descobriram que aqueles cujo status social é baixo ou em declínio são mais preconceituosos do que aqueles cujo status social é alto ou em ascensão. Steven Fein e Stephen Spencer[79] descobriram que ameaças à autoestima tendem a aumentar o preconceito. Em seu experimento, os alunos anti-semitas tornaram-se especialmente tendenciosos em sua avaliação de uma mulher que eles pensavam ser judia se recebessem uma nota baixa em um suposto teste de inteligência. Em um sentido muito real, então, desprezar grupos externos pode aumentar nossa auto-estima.

Preconceito por meio da conformidade

Para algumas pessoas, o preconceito pode estar enraizado em conflitos na infância, observação de modelos de papéis, experiências ou traços de personalidade variados (alguns dos quais discutimos no Capítulo 5). Mas muitas pessoas simplesmente aprendem com outras pessoas, seguindo as normas vigentes em sua comunidade. Um exemplo famoso vem de um estudo de mineiros de carvão em uma pequena cidade mineira na Virgínia Ocidental, durante a era de segregação legal no sul.[80] Os mineiros negros e os mineiros brancos desenvolveram um padrão de vida que consistia na integração completa enquanto estavam no subsolo e na segregação completa enquanto estavam na superfície. Como podemos explicar essa inconsistência? Traços de personalidade não podem explicar isso e nem a competição econômica. Se você realmente odeia alguém, você deseja manter-se afastado dessa pessoa; por que associar-se a ele embaixo da terra e não na superfície? Thomas Pettigrew concluiu que a resposta é conformidade. Nesse caso, os mineiros brancos estavam se conformando com a norma preconceituosa que existia em sua comunidade quando eles estavam na superfície; mas no subsolo, trabalhando juntos, eles passaram a respeitar-se mutuamente como iguais e conformar-se a uma norma *sem preconceitos* .

Grande parte do comportamento preconceituoso é motivado pela conformidade com as normas sociais. Como podemos ter certeza de que a conformidade é a responsável? Uma maneira é ver o que acontece com o preconceito das pessoas quando elas se mudam para outra região do país. Se a conformidade é um fator de preconceito, esperaríamos que os indivíduos se tornassem mais preconceituosos quando se mudassem para áreas onde a norma é mais prejudicial, e menos preconceituosos quando se mudassem para locais caracterizados por uma norma menos prejudicial. E é isso que acontece. Em um estudo, Jeanne Watson[81] descobriram que indivíduos que haviam se mudado recentemente para uma grande cidade e entrado em contato direto com pessoas anti-semitas tornaram-se eles próprios mais anti-semitas. Em outro estudo realizado durante a década de 1950, Pettigrew descobriu que, à medida que os sulistas entraram no exército

e tiveram contato com um conjunto menos discriminatório de normas sociais, eles se tornaram menos preconceituosos contra os negros.

A pressão para se conformar aos preconceitos de seus colegas e colegas de trabalho pode ser aberta, como no experimento Asch (ver Capítulo 4), mas também pode ser devido à indisponibilidade de evidências precisas e à preponderância de informações enganosas. Por exemplo, a peça de Christopher Marlowe, *O Judeu de Malta,* e *O Mercador de Veneza, de* William Shakespeare, retratam o judeu como um conivente e faminto por dinheirocovarde. Podemos ser tentados a concluir que Marlowe e Shakespeare tiveram algumas experiências infelizes com judeus desagradáveis, que resultaram nesses retratos amargos e desagradáveis - exceto por uma coisa: os judeus foram expulsos da Inglaterra cerca de 300 anos antes de essas obras serem escritas. Assim, parece que Marlowe e Shakespeare estavam se conformando com o estereótipo de judeus que a maioria dos britânicos mantinham na época.

Mesmo a exposição casual ao preconceito pode afetar nossas atitudes e comportamento: o simples fato de ouvir alguém usar um epíteto racial ou étnico pode aumentar a conformidade das pessoas com as opiniões negativas sobre o grupo depreciado. Shari Kirkland e seus colegas[82] pediu às pessoas que lessem a transcrição de um julgamento criminal em que um réu branco era representado por um advogado negro cuja foto estava anexada à transcrição. Durante a leitura, os participantes ouviram uma breve troca entre dois confederados experimentais. Alguns ouviram o primeiro confederado descrever o advogado negro com uma calúnia racial feia, enquanto outros ouviram o confederado usar um comentário zombeteiro não relacionado à raça do advogado. Em ambas as condições, o segundo confederado expressou concordância com a opinião depreciativa do primeiro confederado sobre o advogado negro. Com essa dinâmica de conformidade em vigor, os experimentadores pediram a cada participante que avaliasse o advogado e o réu. As pessoas que ouviram a calúnia racial avaliaram o advogado negro de forma mais negativa do que aquelas que ouviram o comentário zombeteiro. A conformidade com as normas preconceituosas se estendeu até mesmo ao réu pobre, que recebeu veredictos particularmente severos daqueles que ouviram a calúnia racial contra o advogado negro.

Finalmente, o preconceito também pode ser fomentado por meio da lei e dos costumes das instituições de uma sociedade. Uma sociedade que promove a segregação está apoiando a noção de que um grupo é inferior a outro. Nos dias do apartheid na África do Sul, um investigador[83] entrevistaram sul-africanos brancos na tentativa de encontrar razões para seu preconceito racial. Ele descobriu que o típico sul-africano branco estava convencido de que a grande maioria dos crimes era cometida por negros - uma crença errônea. Como esse equívoco se desenvolveu? Os entrevistados relataram que viram muitos presidiários negros trabalhando em locais públicos; eles nunca viram nenhum condenado branco. Isso não prova que os negros foram condenados por mais crimes do que os brancos? Não. Na verdade, as regras proibiam presidiários brancos de trabalhar em locais públicos!

É assim que uma sociedade cria crenças preconceituosas, à medida que as pessoas se conformam às práticas aceitas de suas principais instituições. Em nossa própria história recente, leis e costumes que forçaram os negros a andar na parte de trás do ônibus; que manteve as mulheres fora dos clubes, universidades e carreiras; e evitou que os judeus

se hospedassem em hotéis exclusivos, todos os preconceitos perpetuados por meio da conformidade. Se as regras exigem que tratemos “aquelas pessoas” dessa forma, afinal de contas, iremos em frente. Meu país, meu clube, minha profissão e este hotel elegante devem ter uma razão - não é?

Estereótipos e atribuições

Estereotipagem é uma forma especial de atribuição. Como vimos no Capítulo 2 , somos a espécie explicadora; estamos sempre fazendo atribuições para explicar o nosso comportamento e o comportamento de outras pessoas. Em situações ambíguas, as pessoas tendem a construir narrativas consistentes com seus preconceitos. Se Bigot vir um homem branco anglo-saxão bem vestido sentado em um banco de parque tomando sol às três da tarde de uma quarta-feira, ele não se importará com isso. Se ele vir um homem negro bem vestido fazendo a mesma coisa, ele pode chegar à conclusão de que o homem está desempregado - e o Sr. Bigot provavelmente ficará furioso porque presume que seu próprio dinheiro suado está sendo tributado para pague àquele desocupado e imprestável o suficiente em subsídios da previdência para mantê-lo com roupas elegantes. Se o Sr. Bigot passar pela casa do Sr. Anglo e perceber que uma lata de lixo foi virada e lixo espalhado, ele pode concluir que um cachorro de rua está procurando por comida. Se ele passa pela casa do Sr. Latino e percebe a mesma coisa, ele tende a ficar irritado e pensar: “Essas pessoas vivem como porcos”. Não apenas o preconceito influencia suas atribuições e conclusões, suas conclusões errôneas justificam e intensificam seus sentimentos negativos. Assim, todo o processo de atribuição pode espiralar.

Até aqui neste capítulo, estive considerando os preconceitos do ponto de vista da pessoa que os defende. Qual é o efeito de ser sujeito a preconceito - e a atribuições que você simplesmente não tem o que é preciso para fazer isso? Por exemplo, se as pessoas têm preconceito contra as mulheres, acreditando, digamos, que as mulheres são por natureza menos competentes e capazes do que os homens, como elas interpretarão as evidências de que uma mulher está se saindo bem em uma tarefa difícil? Janet Swim e Lawrence Sanna analisaram mais de 50 experimentos e encontraramefeitos de gênero consistentes: se um homem era bem-sucedido em uma determinada tarefa, os observadores tendiam a atribuir seu sucesso à habilidade natural; se uma mulher era bem-sucedida na mesma tarefa, os observadores tendiam a atribuir seu sucesso ao trabalho árduo (ou seja, não era “natural” para ela). Se um homem falhava em uma determinada tarefa, os observadores tendiam a atribuir seu fracasso à má sorte ou a menos esforço; se uma mulher falhava, os observadores achavam que a tarefa era muito difícil para seu nível de habilidade - ela não "tinha o que era preciso".

Agora, como essas atribuições sobre as razões do sucesso ou do fracasso afetam o modo como os outros passam a se ver? Janis Jacobs e Jacquelynne Eccles[84] explorou a influência das crenças estereotípicas de gênero das mães na maneira como essas mulheres percebiam as habilidades de seus filhos e filhas de 11 e 12 anos e que impacto suas crenças podem ter nas percepções dos filhos sobre suas próprias habilidades. As mães que tinham as crenças estereotipadas de gênero mais fortes também acreditavam que suas próprias filhas tinham habilidades matemáticas relativamente baixas e que seus filhos tinham habilidades matemáticas relativamente altas. Aqueles que não tinham

crenças estereotipadas não viam suas filhas como sendo “naturalmente” menos capazes em matemática do que seus filhos. Essas crenças, por sua vez, tiveram um impacto sobre os filhos: as filhas de mulheres com fortes estereótipos de gênero passaram a acreditar que não eram boas em matemática. As filhas de mulheres que não possuíam estereótipos de gênero não demonstravam tal crença autodestrutiva.

Ambigüidade de atribuição A interpretação do comportamento de outras pessoas costuma ser repleta de incertezas. Essa pessoa gosta de mim ou quer alguma coisa? O preconceito complica esse problema, porque nossas identidades sociais criam mais razões potenciais para o comportamento de um determinado ator. Digamos que você seja afro-americano e seu professor seja branco. Você pode se perguntar por que recebeu uma nota ruim em seu último trabalho. A sua professora não gostou da sua escrita ou tem preconceito contra os alunos negros? E se você tirou uma nota excelente em seu último trabalho? Sua professora realmente achou que foi ótimo ou ela está se curvando para mostrar que não tem preconceito? Essa camada extra de complexidade é chamada de **ambigüidade de atribuição** e cria a dificuldade que membros de grupos minoritários podem ter para interpretar o feedback que recebem sobre seu trabalho.

ambigüidade atribucional:

um fenômeno pelo qual os membros de um grupo estigmatizado têm dificuldade em interpretar o feedback sobre seu trabalho ou ações

É um problema real, especialmente quando o professor ou empregador deixa de dar feedback honesto precisamente para evitar ser visto como racista ou preconceituoso. Kent Harber[85] fez com que estudantes universitários brancos lessem e avaliassem ensaios mal escritos, supostamente escritos por outros alunos matriculados em um workshop de redação. Metade dos avaliadores foramlevou a acreditar que o escritor do ensaio era negro; os outros avaliadores achavam que o escritor era branco. Você pode esperar que os supostos escritores negros recebam um feedback indevidamente severo, mas não foi isso o que aconteceu. Em vez disso, os avaliadores saíram de seu caminho para dizer coisas positivas sobre o conteúdo dos ensaios dos escritores negros. Agora, sua disposição de parecer sem preconceitos é uma coisa boa, mas sua falta de vontade de ser honesto não é uma coisa boa. Como qualquer aluno, de qualquer etnia ou raça, pode melhorar e aprender sem um feedback honesto?

Marlene Turner e Anthony Pratkanis mostraram como a ambigüidade de atribuição pode surgir de efeitos colaterais infelizes de programas de ação afirmativa. Os programas de ação afirmativa têm sido geralmente benéficos, na medida em que criaram oportunidades de emprego para mulheres talentosas (e outras minorias) que antes eram negligenciadas ao se candidatarem a empregos de alto nível. Infelizmente, alguns desses programas estigmatizam involuntariamente mulheres talentosas, criando a ilusão de que foram selecionadas principalmente por causa de seu gênero, e não de seu talento. Que efeito isso tem nas mulheres envolvidas? Em um experimento bem controlado,[86] Turner e Pratkanis levaram algumas mulheres a acreditar que haviam sido selecionadas para um trabalho porque a empresa precisava contratar mais mulheres, enquanto outras fizeram um teste difícil e depois disseram que foram selecionadas para aquele trabalho com base em seu alto desempenho. Aquelas mulheres que foram informadas de que foram

selecionadas por causa de seu gênero (não de seu mérito) mais tarde denegriram suas próprias habilidades - e pior, pararam de se esforçar tanto para ter sucesso em uma tarefa difícil quanto as mulheres que acreditavam ter sido selecionadas com base no mérito .

Profecias autorrealizáveis Nossos estereótipos sobre outras pessoas não apenas influenciam nosso próprio comportamento em relação a elas; eles nos fazem agir de maneira a extrair daqueles outros as mesmas características e comportamentos que esperamos. Esta é a *profecia autorrealizável* que descrevi no Capítulo 2 . Funciona assim: imagine que você e eu nunca nos conhecemos, mas meu preconceito em relação ao seu grupo me leva a suspeitar que você será hostil, frio ou indiferente. Quando finalmente nos encontrarmos, posso manter distância e não tentar envolver você em uma conversa animada. Mesmo que você geralmente seja caloroso e extrovertido, meu comportamento não lhe daria a oportunidade de me mostrar como você realmente é bom. Em resposta ao meu distanciamento, você provavelmente manteria distância de mim, e minha expectativa de que você é uma pessoa fria e hostil seria confirmada por sua resposta natural à maneira como eu o tratei,talvez confirmando minhas expectativas preconceituosas. “Veja”, eu poderia dizer a mim mesmo, quando você enfrenta minha atitude hostil ou fria com hostilidade ou frieza, “eu estava certo o tempo todo sobre aquelas pessoas”.

Quando temos crenças sobre os outros, a profecia autorrealizável garante que criamos uma realidade social alinhada com nossas expectativas. Se acreditarmos que as mulheres são "mais emocionais" do que os homens, por exemplo, tenderemos a notar e relembrar casos que confirmam o estereótipo e não contar as vezes que vemos homens rugindo de raiva ou emocionando-se jubilantes em um jogo de futebol - ou as vezes que as CEOs, políticas e comissárias de bordo guardem suas emoções para si mesmas.

Ameaça de estereótipo Um resultado inesperado das profecias autorrealizáveis é que as pessoas que são alvos de estereótipos negativos podem, ironicamente, acabar confirmando-os tentando desconfirmá-los. Considere a diferença média no desempenho acadêmico entre estudantes universitários afro-americanos e brancos. Embora existam muitas explicações históricas e sociais possíveis para esta discrepância, Claude Steele e Joshua Aronson[87] argumentaram que essas explicações não podem explicar o fato de que a lacuna é tão grande para alunos que estão altamente preparados academicamente (conforme medido por notas anteriores e notas de testes) quanto é para aqueles que estão relativamente despreparados. Parece que algo está acontecendo que impede que alunos negros brilhantes, motivados e bem preparados tenham um desempenho tão bom quanto alunos brancos com o mesmo nível de habilidade.

Ao pesquisar esse problema, Steele e Aronson raciocinaram que um dos principais fatores contribuintes pode envolver a apreensão entre os alunos negros sobre a confirmação do estereótipo negativo existente de “inferioridade intelectual” a que os negros foram submetidos desde os dias da escravidão. Steele e Aronson chamam isso de **ameaça de estereótipo de** apreensão , e eles levantaram a hipótese de que se preocupar em confirmar o estereótipo pode interferir na capacidade de um bom desempenho nos testes. Em um experimento,[88] eles administraram um teste verbal difícil (o Exame de Registro de Pós-Graduação) individualmente para estudantes universitários negros e brancos. Metade dos alunos foi levada a acreditar que o investigador estava interessado em medir sua capacidade intelectual; a outra metade foi levada a acreditar

que o investigador estava apenas testando o teste e que os investigadores não estavam interessados em avaliá-lo.

ameaça de estereótipo:

a apreensão experimentada por membros de um grupo minoritário de que eles possam confirmar um estereótipo cultural (negativo) existente; esta apreensão demonstrou interferir com o desempenho intelectual

Os resultados foram dramáticos: os alunos brancos tiveram um desempenho igualmente bom, independentemente de acreditarem ou não que o teste estava sendo executado usado para medir sua inteligência. Os alunos negros, no entanto, foram afetados pela forma como o teste foi descrito. A natureza avaliativa da situação ativou estereótipos em suas mentes e os deixou ansiosos, e eles tiveram um desempenho cerca da metade tão bom quanto os estudantes negros que acreditavam que o teste não estava sendo usado para avaliá-los. Esse é o poder dos estereótipos; quando as pessoas pensam que seu comportamento pode confirmar uma reputação negativa sobre si mesmas ou sobre seu grupo, a ansiedade resultante pode interferir em seu desempenho.

A ameaça do estereótipo aflige outros grupos também, como mulheres trabalhando em problemas de matemática, latinos trabalhando em testes de habilidade verbal e idosos fazendo testes de memória, porque os estereótipos retratam as mulheres como inferiores aos homens em matemática, os latinos como inferiores aos anglos em matemática habilidade, e pessoas idosas com dificuldade de se lembrar.[89] De fato, qualquer grupo estereotipado como inferior a algum outro grupo pode experimentar a ameaça do estereótipo em um grau significativo, mesmo que por todos os padrões objetivos esse grupo se sobressaia no domínio relevante. Joshua Aronson e seus associados[90] deu aos homens brancos formados em engenharia, todos com pontuações quase perfeitas em seus SATs de matemática, um difícil teste de matemática e disse a eles que o teste iria medir suas habilidades matemáticas. Mas metade desses engenheiros talentosos foi confrontada com uma ameaça de estereótipo: o experimentador informou-os que ele estava tentando entender por que os asiáticos parecem ter habilidade matemática superior. Este grupo teve um desempenho significativamente pior no teste do que seus colegas que não estavam pensando na "superioridade" da matemática asiática. A situação imposta aos graduados em engenharia brancos - uma comparação nada lisonjeira com um grupo supostamente superior - é comum para negros e latinos, que lutam diariamente com tais comparações em qualquer ambiente acadêmico integrado. O fato de estudantes de engenharia tão brilhantes e talentosos poderem vacilar em um teste quando confrontados com a ameaça do estereótipo deve nos fazer pensar duas vezes antes de supor casualmente que o desempenho inferior de negros e latinos indica falta de habilidade.

Há boas notícias nesta pesquisa. Afinal, se apenas pensar em um estereótipo negativo inibe o desempenho de uma pessoa, então algum tipo de mentalidade alternativa que se oponha ao estereótipo deve ser capaz de impulsionar o desempenho. Matthew McGlone e Joshua Aronson[91] sutilmente lembrou a rapazes e moças que estavam prestes a fazer um difícil teste de habilidade espacial que eram alunos de uma universidade altamente seletiva. Este lembrete foi suficiente para eliminar completamente a lacuna entre homens

e mulheres que observaram no controlecondição, em que os participantes do teste foram apenas lembrados do fato de que eram "residentes do Nordeste". A mentalidade “Eu sou uma boa aluna em uma escola de prestígio” efetivamente se opôs ao estereótipo “as mulheres não são boas em matemática”. Da mesma forma, expor os candidatos negros a imagens ou pensamentos de modelos afro-americanos de sucesso - como o grande intelectual WEB Dubois e o célebre astrofísico Neil deGrasse Tyson - ou ter um profissional negro administrando o teste pode aliviar sua ansiedade de desempenho.[92] Da mesma forma, lembrar aos alunos da minoria que suas habilidades são improváveis ao invés de fixas ou que a ansiedade em testes padronizados é perfeitamente normal entre membros de grupos estereotipados ajuda a reduzir a ansiedade do teste, melhorar as pontuações dos testes,[93] e melhorar as notas.[94]

A ameaça do estereótipo parece operar de maneira muito semelhante às outras ameaças ao autoconceito, no sentido de que podem ser atenuadas ao se concentrar em aspectos valorizados do self. Assim, em um estudo, quando mulheres sob ameaça de estereótipo (fazendo um teste que lhes foi dito que indicavam “inteligência matemática”) pela primeira vez afirmaram um valor de importância para elas, elas pontuaram tão bem quanto homens e mulheres na condição de controle sem ameaça.[95] A autoafirmação faz com que as pessoas se sintam mais confiantes e bem consigo mesmas. Geoffrey Cohen e seus colegas[96] levou essas descobertas às escolas e descobriu que os alunos das minorias melhoravam suas notas depois de receberem algumas tarefas de redação nas quais explicavam por que certos valores eram tão importantes para eles. Proteger o autoconceito, concentrando-se no que o faz se sentir bem, especial e valioso, pode neutralizar os efeitos negativos dos estereótipos sobre o desempenho e o aprendizado.

Culpar a vítima Nem sempre é fácil para as pessoas que nunca experimentaram preconceito compreender plenamente o que é ser alvo dele. Para membros relativamente seguros da maioria dominante, a empatia não é fácil. Eles podem simpatizar e desejar que não fosse assim, mas freqüentemente um indício de hipocrisia pode, no entanto, surgir em suas atitudes, produzindo uma tendência de colocar a culpa na vítima. Isso pode assumir a forma de "reputação bem merecida". É mais ou menos assim: “Se os judeus foram vitimados ao longo de sua história, eles *devem* ter feito *algo* errado” ou “Se aquela mulher foi estuprada, ela deve ter feito *algo* provocativo” ou “Se aquelas pessoas [afro-americanos, Latinos, nativos americanos, gays] não *querem* se meter em encrencas, por que eles simplesmente não fazem algo a respeito [fique de foradas manchetes, mantenha a boca fechada, não vá aonde não é desejado]. ” Tal sugestão constitui uma exigência de que o grupo externo se conforme com padrões mais rigorosos do que aqueles que a maioria estabelece para si mesma.

Paradoxalmente, essa tendência de culpar as vítimas por sua vitimização, atribuindo suas dificuldades a suas próprias personalidades e falhas, é frequentemente motivada pelo desejo de ver o mundo como justo e justo. Como Melvin Lerner e seus colegas[97] mostraram, as pessoas tendem a atribuir responsabilidade pessoal por qualquer resultado injusto que, de outra forma, seja difícil de explicar. Por exemplo, se duas pessoas trabalham igualmente arduamente na mesma tarefa e, ao jogar uma moeda, uma recebe uma recompensa considerável e a outra nada recebe, a maioria dos observadores classifica a pessoa azarada como tendo trabalhado menos arduamente. Da mesma

forma, atitudes negativas em relação aos pobres e desempregados - incluindo culpá-los por sua própria situação - são mais prevalentes entre os indivíduos que acreditam fortemente que o mundo é um lugar justo.[98]

O leitor astuto pode ter notado que essa é uma forma mais branda de nossa tendência de menosprezar uma pessoa que nós mesmos vitimizamos. Nos Capítulos 3 e 6 , vimos que, quando uma pessoa fere a outra, o agressor tende a culpar o alvo, transformar a vítima em uma não-pessoa e magoar a outra pessoa novamente. Agora vemos que, se uma pessoa percebe que outra é o destinatário de mensagens de ódio e outras expressões de preconceito, ela de alguma forma sente que a vítima deve ter feito algo para merecer isso. Aparentemente, achamos assustador pensar em viver em um mundo onde as pessoas, sem culpa própria, podem ser privadas do que merecem ou precisam, seja salário igual para trabalho igual ou as necessidades básicas da vida - ou a própria vida : Se 6 milhões de judeus são exterminados sem nenhuma razão aparente além de serem judeus, é reconfortante acreditar que eles devem ter feito algo para justificar tal tratamento. Isso nos dá a sensação de que podemos controlar nosso próprio destino.

Reduzindo o preconceito por meio do contato e da familiaridade

Em 1954, a Suprema Corte dos Estados Unidos declarou que escolas separadas, mas iguais, eram, por definição, desiguais. Nas palavras do presidente da Suprema Corte Earl Warren, quando crianças negras são separadas das crianças brancas apenas com base na raça, isso “gera um sentimento de inferioridade quanto aseu status na comunidade que pode afetar seus corações e mentes de uma forma que dificilmente será desfeita. ” Sem que percebêssemos, essa decisão lançou nossa nação em um dos mais empolgantes experimentos sociais em grande escala já realizados.

Após essa decisão histórica, muitas pessoas bem-intencionadas, incluindo políticos e administradores de escolas, se opuseram à integração das escolas por motivos “humanitários”. Eles previram um desastre se negros e brancos fossem forçados a se misturar nas escolas. As leis não podem forçar as pessoas a se darem bem, disseram eles, ecoando os sentimentos do distinto sociólogo William Graham Sumner, que meio século antes havia declarado: “Os estados não mudam os costumes”. Sumner quis dizer que você não pode legislar moralidade ou tolerância. Muitas pessoas pediram que a dessegregação fosse adiada até que as atitudes mudassem. Uma vez que você pode se intolerante adultos brancos a se sentir menos prejudicados em relação aos negros, acreditavam eles, *então* eles seriam muito mais propensos a permitir que seus filhos freqüentam escolas integradas.

Os primeiros esforços para mudar os corações e mentes do público americano baseavam-se na ideia de que se combate a desinformação com informações. Se os preconceituosos acreditam que os negros são indolentes e preguiçosos, tudo o que você precisa fazer é mostrar a eles um filme que mostra os negros como pessoas trabalhadoras e decentes. Se a maioria dos sul-africanos brancos acredita que os negros cometem virtualmente todos os crimes, mostre-lhes todos os condenados brancos e eles mudarão de opinião. Se fosse assim tão simples. Quer o preconceito seja em grande parte uma função de conflito econômico, conformidade com as normas sociais, necessidade de manter o status ou agressão deslocada - quando reflete uma hostilidade

emocional profunda - não é facilmente mudado por uma campanha de informação. Um filme não pode desfazer uma forma de pensar e de se comportar que perdurou ao longo da história deste país.

Além disso, como o leitor deste livro já sabe, onde questões importantes estão envolvidas, as campanhas de informação geralmente falham porque as pessoas não tendem a ficar paradas e receber informações dissonantes com suas crenças e atitudes. Paul Lazarsfeld[99] descreveu uma série de programas de rádio no início dos anos 1940 com o objetivo de reduzir o preconceito, apresentando informações sobre vários grupos étnicos de maneira calorosa e simpática. Um programa foi dedicado a uma descrição dos poloneses-americanos, outro aos ítalo-americanos e assim por diante. Quem estava ouvindo? A maior parte do público do programa sobre polonês-americanos era composta por polonês-americanos. E adivinhe quem constituiu a maior parte do público do programa emAmericanos italianos? Direito. Além disso, como vimos, se as pessoas são compelidas a ouvir informações incompatíveis com suas atitudes arraigadas, elas irão rejeitá-las, distorcê-las ou ignorá-las - da mesma forma que o Sr. X manteve sua atitude negativa contra os judeus, apesar Informações desconfirmadoras do Sr. Y. (O mesmo processo está em funcionamento - mais amplificado - nas "bolhas de filtro" de hoje nas redes sociais.) Para ter certeza, às vezes, em vez de revisar seus estereótipos à luz das novas evidências, as pessoas reduzem a dissonância criando uma subcategoria - tal como “mulher competente” ou “afro-americanos que admiro” - permitindo-lhes preservar o estereótipo ao mesmo tempo que veem a pessoa à sua frente como uma rara exceção, talvez até “a exceção que confirma a regra”.

Para a maioria das pessoas, portanto, o preconceito está profundamente enraizado em seus próprios sistemas de crenças, é muito consistente com seu comportamento cotidiano e recebe muito apoio e incentivo das pessoas ao seu redor para ser derrubado por um livro, filme, ou podcast.[100] Bem, então, o que funciona?

A hipótese de contato A decisão de 1954 da Suprema Corte pode ter alarmado muitos leigos, mas gerou entusiasmo e otimismo entre os psicólogos sociais, que há muito sabiam que as mudanças no comportamento podem afetar as mudanças nas atitudes. Eles previram que, uma vez que as crianças negras e as brancas pudessem entrar em contato direto, as crianças preconceituosas e seus pais encontrariam seres humanos reais em vez de estereótipos, o que acabaria levando a uma maior compreensão mútua e amizade. Essa visão veio a ser chamada de *hipótese de contato* .

Havia boas razões para otimismo porque não apenas fazia sentido teoricamente, mas as evidências empíricas também apoiavam o poder de contato entre dois grupos. Já em 1951, Morton Deutsch e Mary Ellen Collins[101] examinou as atitudes dos americanos brancos em relação aos afro-americanos em dois projetos de habitação pública que diferiam em seu grau de integração racial. Em um deles, famílias negras e brancas foram designadas aleatoriamente para edifícios separados no mesmo projeto. No outro, famílias negras e brancas moravam no mesmo prédio. Depois de vários meses, os residentes brancos na habitação integrada relataram uma mudança positiva maior em suas atitudes em relação aos seus vizinhos negros do que os residentes nas habitações segregadas, embora os primeiros não tivessem inicialmente escolhido viver em um prédio integrado.

A hipótese de contato foi apoiada por muitos estudos em laboratório e no mundo real: atitudes de jovens em relação aos idosos, atitudes de pessoas saudáveis em relação aos doentes mentais, atitudes de crianças sem deficiência em relação aos deficientes e preconceitos de pessoas heterossexuais em relação a gays e lésbicas.[102] De fato, os campi universitários multiétnicos de hoje são um laboratório vivo da hipótese de contato. Alunos brancos que têm colegas de quarto, amigos e relacionamentos além de linhas raciais e étnicas tendem a se tornar menos preconceituosos e encontrar semelhanças.[103] As amizades entre grupos beneficiam as minorias e também reduzem seus preconceitos. Jim Sidanius e seus colegas[104] constatou que os alunos de minorias que ingressam em organizações estudantis étnicas tendem a desenvolver, com o tempo, uma identidade e orgulho étnicos mais fortes, como poderíamos esperar - mas também tendem a desenvolver um senso maior de vitimização étnica. Assim como os alunos brancos que vivem em fraternidades e irmandades brancas, eles passam a sentir que têm menos em comum com outros grupos étnicos. Mas quando Rodolfo Mendoza-Denton e Elizabeth Page-Gould[105] conduziram um estudo longitudinal com alunos negros e latinos em uma universidade predominantemente branca, eles descobriram que a amizade com alunos brancos aumentou seus sentimentos de pertencimento e reduziu seus sentimentos de insatisfação com a escola. Isso era especialmente verdadeiro para alunos que anteriormente se sentiam inseguros e sensíveis por serem rejeitados como membros de uma minoria.

Embora o contato entre grupos étnicos na faculdade possa obviamente ser benéfico para ambas as partes, a desagregação das escolas públicas após a decisão da Suprema Corte não funcionou tão bem quanto os psicólogos sociais esperavam. Pelo contrário, geralmente criava tensão e turbulência na sala de aula e até *aumentava o* preconceito entre grupos raciais. E se você tivesse tirado uma fotografia aérea dos pátios escolares da maioria das escolas não segregadas, você não teria encontrado quase nenhuma integração: crianças brancas tendem a se agrupar com crianças brancas, crianças negras tendem a se agrupar com crianças negras e crianças hispânicas tendem a se agrupar com crianças hispânicas crianças. Obviamente, neste caso, o mero contato não funcionou como previsto.

O que deu errado? Por que as moradias não segregadas funcionaram melhor do que as escolas públicas não segregadas? Para responder a essas perguntas, precisamos examinar mais de perto as condições em que o contato é eficaz ou ineficaz.[106] Quando os preconceitos das pessoas são em grande parte baseados na falta de familiaridade com outro grupo, o contato é uma boa maneira de reduzir o desconforto de não saber como se comportar ou o quêdizer. Mas, para que o contato reduza o preconceito e promova amizades, ele deve ocorrer em uma situação em que negros e brancos tenham *igualdade de status* . Ao longo da história, muitos brancos tiveram muito contato com os negros, mas geralmente em situações em que estes últimos desempenhavam funções subalternas como carregadores, lavadores de pratos, lavabos e empregadas domésticas. Esse tipo de contato pode perpetuar os estereótipos dos brancos e adicionar combustível aos seus preconceitos, ao mesmo tempo que aumenta o ressentimento e a raiva dos negros. Em grande parte da história americana, o contato de igualdade de status tem sido raro, tanto por causa das desigualdades educacionais e ocupacionais em nossa sociedade quanto por causa da segregação residencial.

Agora imagine o que aconteceu quando as escolas americanas foram desagregadas. O contato entre crianças brancas e crianças de grupos minoritários (especialmente se não começou até o ensino médio) geralmente não era igual. Em todas as seções do país, a maioria das escolas em bairros predominantemente de minorias tinha instalações, equipamentos e instrução mais pobres do que escolas em bairros predominantemente brancos. Um menino da décima série de uma família pobre negra ou latina, depois de ser submetido a uma educação de segunda classe, é repentinamente colocado em uma situação de aprendizado em uma escola predominantemente branca de classe média ensinada por professores brancos de classe média, onde ele descobre que deve competir com alunos brancos de classe média que foram criados para manter os valores brancos de classe média. Na verdade, ele é lançado em uma situação altamente competitiva para a qual não está preparado, uma situação em que as regras não são suas e as recompensas são feitas por habilidades que ele ainda não desenvolveu. Ele está competindo em uma situação que, psicologicamente, está muito distante de seu território. Esses fatores tendem a diminuir sua autoestima - o próprio fator que influenciou a decisão do Supremo Tribunal em primeiro lugar. Em sua análise da pesquisa sobre dessegregação, Walter Stephan[107] não encontraram estudos que indiquem aumentos significativos na autoestima entre crianças negras, enquanto 25% dos estudos que ele pesquisou mostraram uma queda significativa em sua autoestima após a dessegregação. Além disso, o preconceito dos brancos não foi substancialmente reduzido; Stephan descobriu que aumentou em quase tantos casos quanto diminuiu. Compreensivelmente, os alunos de grupos minoritários tentariam aumentar sua auto-estima mantendo-se unidos, atacando os brancos, afirmando sua individualidade e rejeitando os valores "brancos" da educação.

O contato, então, é obviamente o primeiro passo, mas não é o suficiente. Qual é o próximo passo? Vamos olhar mais de perto.

Reduzindo o preconceito por meio da cooperação e da interdependência

A questão não é simplesmente levar jovens de várias raças e origens étnicas para a mesma escola; é o que acontece depois que eles chegam que é crucial. A tensão que freqüentemente acompanha a dessegregação escolar pode lembrá-lo do comportamento dos meninos no experimento do acampamento de verão de Muzafer Sherif e seus colegas. Lembre-se de que a hostilidade foi produzida entre dois grupos, colocando-os em situações de conflito e competição. Uma vez que a hostilidade foi estabelecida, não poderia mais ser reduzida simplesmente removendo os conflitos e a competição. Na verdade, uma vez que a desconfiança estava firmemente estabelecida, reunir os grupos em situações não competitivas serviu para *aumentar* a hostilidade e a desconfiança. Os Eagles e os Rattlers tinham problemas um com o outro, mesmo quando estavam simplesmente sentados assistindo a um filme.

Como Sherif conseguiu reduzir a hostilidade? Colocando os dois grupos de meninos em situações nas quais eles tiveram que cooperar para atingir seu objetivo.[108] Uma vez, os investigadores configuraram uma situação de emergência ao danificar o sistema de abastecimento de água. A única maneira de consertar o sistema seria se todos os

meninos cooperassem imediatamente. Em outra ocasião, o caminhão do acampamento quebrou enquanto os meninos estavam acampando. Para fazer o caminhão andar novamente, eles tiveram que puxá-lo para cima uma colina bastante íngreme - uma tarefa que eles poderiam realizar apenas se todos puxassem juntos, independentemente de serem Eagles ou Rattlers. Por fim, a hostilidade dos meninos para com seus antigos inimigos diminuiu e eles fizeram amigos entre os grupos, começaram a se relacionar melhor e a cooperar espontaneamente.

O fator-chave parece ser a **interdependência** para alcançar objetivos mútuos: uma situação em que os indivíduos precisam uns dos outros para ter sucesso. Vários pesquisadores demonstraram os benefícios da interdependência em experimentos de laboratório bem controlados. Morton Deutsch,[109] por exemplo, mostrou que os grupos de solução de problemas são mais amigáveis e mais atenciosos quando uma atmosfera cooperativa é introduzida do que quando prevalece uma atmosfera competitiva. Da mesma forma, a pesquisa de Patricia Keenan e Peter Carnevale[110] mostrou que a cooperação dentro de grupos também pode fomentar a cooperação entre grupos. Ou seja, as relações cooperativas que são estabelecidas em um grupo muitas vezes são mantidas quando esse grupo é mais tarde chamado para interagir com outrogrupo. Em seu estudo, grupos que se engajaram em uma tarefa cooperativa foram mais cooperativos em uma negociação subsequente com outro grupo do que grupos que inicialmente trabalharam de forma competitiva.

interdependência:

uma situação em que os indivíduos precisam uns dos outros para ter sucesso

Inventando a sala de aula Jigsaw Infelizmente, cooperação e interdependência não são características do processo que existe na maioria das salas de aula americanas, mesmo no nível elementar. Pelo contrário, a competição intensa reina na maioria das salas de aula neste país. Tive a chance de observar isso de perto quando fui convidado a intervir durante uma grande crise nas escolas públicas de Austin, Texas. O ano era 1971. A dessegregação acabara de ocorrer e precipitara alguns incidentes desagradáveis. Como Austin havia sido segregado residencialmente, jovens de vários grupos étnicos e raciais se encontraram pela primeira vez, trazendo suas suspeitas e estereótipos com eles. O contato piorou as coisas; as provocações frequentemente se transformavam em brigas de socos. A situação era feia e perigosa, destruindo nossas ilusões de que a dessegregação reduziria automaticamente o preconceito.

Quando o superintendente da escola pediu ajuda, meus alunos de pós-graduação e eu entramos no sistema, não para amenizar as coisas desagradáveis, mas para ver se havia algo que pudéssemos fazer para ajudar a dessegregação a atingir alguns dos objetivos positivos previstos para ela. A primeira coisa que fizemos foi observar sistematicamente a dinâmica que ocorre nas várias salas de aula. De longe, o processo mais comum que observamos foi tipificado por este cenário em uma classe da sexta série: O professor fica em frente à sala, faz uma pergunta e espera que os alunos indiquem que sabem a resposta. Na maioria das vezes, 6 a 10 jovens fazem esforço nas cadeiras e levantam as mãos, alguns acenando-os vigorosamente na tentativa de atrair a atenção do professor.

Vários outros alunos sentam-se em silêncio com os olhos desviados, como se estivessem tentando se tornar invisíveis.

Quando o professor chama um dos alunos, há olhares de desapontamento, consternação e infelicidade nos rostos dos alunos que estavam ansiosamente levantando as mãos, mas não foram chamados. Se o aluno der a resposta certa, o professor sorri e acena com a cabeça em aprovação, proporcionando uma grande recompensa para aquele aluno. Naquele momento, porém, ouve-se um gemido audível vindo dos jovens que se esforçavam para ser chamados, mas foram ignorados. Eles estão chateados porque perderam a oportunidade de mostrar ao professor como eles são inteligentes.

Por meio desse processo, os alunos aprendem várias coisas além do material que está sendo abordado. Primeiro, eles aprendem que há apenas um especialista na sala de aula: o professor. Eles aprendem que a recompensa vem por agradar ao professor, exibindo ativamente como eles são inteligentes; não há recompensa por consultar seus pares. Na verdade, muitos aprendem que seus pares são seus inimigos, para serem derrotados. Além disso, a maioria dos professores desaprova a colaboração durante as aulas; eles vêem isso como perturbador.

Nesta dinâmica altamente competitiva, se você é um aluno que sabe a resposta correta e o professor chama um de seus colegas, é provável que você espere que ele dê a resposta errada, então você terá a chance de mostre ao professor como você é inteligente. Aqueles que falham quando chamados, ou aqueles que nem mesmo levantam as mãos para competir, tendem a se ressentir daqueles que têm sucesso. Os alunos bem-sucedidos, por sua vez, muitas vezes consideram os alunos malsucedidos com desprezo; eles os consideram estúpidos e desinteressantes. Esse processo desestimula a amizade e a compreensão e tende a criar inimizade, mesmo entre alunos do mesmo grupo racial. Quando essa dinâmica competitiva de sala de aula é adicionada a uma situação já tensa pela desconfiança inter-racial, ela prepara o terreno para o tipo de turbulência que encontramos em Austin.

Embora, naquela época, a competitividade em sala de aula fosse quase universal, como psicólogos sociais percebemos que não precisava ser assim. Baseados, em parte, no experimento de Muzafer Sherif em Robbers Cave, concluímos que um processo cooperativo pode ser exatamente o que é necessário nesta situação. Mas como fazer isso? Na verdade, não foi tão difícil. Em poucos dias, meus alunos de graduação e eu conseguimos desenvolver um método cooperativo simples projetado especificamente para a sala de aula. No final das contas, nosso método era virtualmente infalível. Nós o projetamos de forma que, para aprender o material e se sair bem no próximo exame, os alunos tivessem que trabalhar uns *com* os outros e cooperar. Tentar vencer tornou-se disfuncional. Chamamos nosso método de **sala de aula quebra** - **cabeça** porque funciona como um quebra-cabeça.[111]

sala de aula quebra-cabeça:

uma estrutura de sala de aula cooperativa projetada para reduzir o preconceito étnico, racial e de gênero e aumentar a auto-estima e a confiança das crianças, fazendo com que trabalhem em pequenos grupos cooperativos racialmente mistos

Um exemplo vai esclarecer: em uma sala de aula da quinta série, as crianças estudavam biografias de americanos famosos. A próxima lição passou a ser uma biografia de Joseph Pulitzer, o famoso jornalista. Primeiro, dividimos os alunos em grupos de seis, garantindo que cada grupo fosse o mais diversificado possível (em termos de raça e gênero). Em seguida, construímos uma biografia de Pulitzer, consistindo em seis parágrafos. O parágrafo um era sobre os ancestrais de Pulitzer ecomo eles vieram para este país; o parágrafo dois era sobre Pulitzer quando menino e como ele cresceu; o parágrafo três era sobre Pulitzer quando jovem, sua educação e seu primeiro emprego; o parágrafo quatro era sobre sua meia-idade e como ele fundou seu primeiro jornal; e assim por diante. Cada aspecto importante da vida de Joseph Pulitzer estava contido em um parágrafo separado. Copiamos nossa biografia de Joseph Pulitzer, cortamos cada cópia da biografia em seis seções de um parágrafo e demos a cada criança em cada um dos grupos de aprendizagem de seis pessoas um parágrafo sobre a vida de Pulitzer. Assim, cada grupo de aprendizagem tinha dentro de si toda a biografia de Joseph Pulitzer, mas cada aluno não tinha mais do que um sexto da história. Para obter a imagem completa, cada aluno precisava ouvir atentamente os outros alunos do grupo enquanto recitavam.

A professora informou aos alunos que eles tinham um certo tempo para comunicar seus conhecimentos uns aos outros. Ela também os informou que eles seriam testados em seus conhecimentos ao final desse período de tempo.

Em poucos dias, os alunos aprenderam que nenhum deles poderia se sair bem sem a ajuda de cada pessoa do grupo. Eles aprenderam a respeitar o fato de que cada membro (independentemente de raça, gênero ou etnia) tinha uma contribuição única e essencial a dar para sua própria compreensão e subsequente desempenho no teste. Agora, ao invés de apenas um especialista (o professor), cada aluno era um especialista em seu próprio segmento. Em vez de zombar uns dos outros, eles começaram a se encorajar, porque era do interesse de cada aluno garantir que seus colegas de classe pudessem comunicar seu material da melhor maneira possível.

Demorou alguns dias para que esse novo método fosse assimilado; o comportamento cooperativo não acontece de uma vez. Os alunos de nosso grupo experimental se acostumaram a competir durante todos os anos na escola. Nos primeiros dias, a maioria deles tentou competir entre si - embora a competitividade fosse disfuncional. Aqui está um exemplo real, típico da maneira como as crianças tropeçaram no aprendizado do processo cooperativo: Em um de nossos grupos havia um menino mexicano-americano, a quem chamarei de Carlos. A tarefa de Carlos era fazer um relatório sobre a juventude de Joseph Pulitzer. Ele conhecia o material, mas estava nervoso e passando por momentos difíceis. Durante as semanas anteriores, alguns dos alunos Anglo o haviam zombado por causa de seu sotaque, e ele temia que o fizessem novamente.

Ele gaguejou, hesitou e se remexeu. Com certeza, as outras crianças no círculo foram inúteis. Sendo bem versados nas táticas difíceis da sala de aula competitiva, eles sabiam o que fazer quando uma criança tropeçava, especialmente uma criança que eles acreditavam ser estúpida: eles o ridicularizavam. Uma criança que chamarei de Maria disse: “Ah, você não sabe; você é idiota; você é estupido. Você não sabe o que está fazendo. ” Em nosso experimento inicial, os grupos estavam sendo vagamente monitorados por um assistente de pesquisa que flutuava de um grupo para outro. Quando

ocorreu esse incidente, nosso assistente fez uma breve intervenção: “Tudo bem, Mary, você pode falar com Carlos assim se quiser. Pode até ser divertido para você. Mas não vai ajudá-lo a aprender sobre a juventude de Joseph Pulitzer. Já agora, o exame vai decorrer em menos de uma hora. ” Observe como as contingências de reforço mudaram. Mary não ganhava muito mais em alfinetar Carlos; ela agora estava prestes a perder muito.

Depois de algumas experiências semelhantes, ocorreu aos alunos do grupo de Carlos que a *única* maneira de aprenderem sobre o segmento que Carlos estava tentando ensiná-los era prestando atenção ao que Carlos tinha a dizer. Gradualmente, eles começaram a se tornar bons ouvintes. Alguns até se tornaram entrevistadores muito bons. Em vez de ignorar ou ridicularizar Carlos quando ele estava tendo um pouco de dificuldade em comunicar o que sabia, eles começaram a fazer perguntas gentis e investigativas - do tipo que tornava mais fácil para Carlos responder. Carlos respondeu a este tratamento ficando mais relaxado; com o aumento do relaxamento, veio uma melhora em sua capacidade de comunicação. Depois de algumas semanas, as outras crianças perceberam que Carlos era muito mais inteligente do que elas pensavam. Por estarem prestando atenção, viram nele qualidades que nunca tinham visto antes. Eles começaram a gostar dele. De sua parte, Carlos passou a gostar mais da escola e a ver os alunos anglo-americanos de seu grupo não como algozes, mas como amigos prestativos. Além disso, à medida que começou a se sentir cada vez mais confortável nas aulas e ganhou mais confiança em si mesmo, seu desempenho acadêmico melhorou. O ciclo vicioso foi revertido; os elementos que o estavam enviando para uma espiral descendente foram alterados - a espiral agora começou a se mover para cima. Em poucas semanas, toda a atmosfera daquela sala de aula mudou.

Em seguida, atribuímos aleatoriamente várias salas de aula à condição de quebra-cabeça e as comparamos com salas de aula usando o método competitivo tradicional. Não poderíamos ter ficado mais satisfeitos com oresultados: As crianças em salas de aula quebra-cabeças tiveram melhor desempenho em exames objetivos, gostaram mais umas das outras e desenvolveram um gosto maior pela escola e maior autoestima do que as crianças em salas de aula tradicionais. O absenteísmo diminuiu. As amizades entre as crianças da sala de aula quebra-cabeças cruzaram as barreiras étnicas e raciais, resultando em uma redução acentuada do preconceito e dos estereótipos. Repetimos o mesmo experimento em dezenas de salas de aula em várias cidades, sempre obtendo resultados semelhantes.[112]

Ao longo dos anos, a pesquisa mostrou que a eficácia do método do quebra-cabeça não se limita aos americanos ou a crianças pequenas. O método quebra-cabeças tem sido usado com grande sucesso na Europa, África, Oriente Médio e Austrália - com alunos em todos os níveis, desde escolas primárias a universidades.[113] Os pesquisadores também aplicaram o método do quebra-cabeça a outros preconceitos que as pessoas têm, como em relação a pessoas com deficiências físicas e emocionais. Em um desses experimentos,[114] estudantes universitários interagiram com um colega que havia sido retratado como um ex-paciente mental. As interações faziam parte de uma situação de aprendizagem estruturada, com alguns dos alunos interagindo com o “ex-paciente mental” em um grupo de quebra-cabeças, enquanto outros interagiam com ele em um clima de

aprendizagem mais tradicional. Aqueles no grupo de quebra-cabeças rapidamente abandonaram suas expectativas estereotipadas; eles gostavam mais dele e gostavam de interagir com ele mais do que aqueles que o encontraram na situação de aprendizagem mais tradicional. Além disso, aqueles que passaram pela sessão de quebra-cabeças com o “ex-paciente mental” posteriormente descreveram os pacientes mentais, em geral, de forma muito mais positiva.

Por que o método quebra-cabeças funciona Por que o método quebra-cabeças produz resultados tão positivos? Uma razão para o sucesso dessa técnica é que o processo de participação em um grupo cooperativo divide as percepções do grupo interno versus externo e permite ao indivíduo desenvolver a categoria cognitiva de “unidade” - estamos nisso juntos.[115] Uma razão para sua eficácia é que essa estratégia cooperativa coloca as pessoas em situação de fazer favores. Ou seja, cada indivíduo em um grupo, ao compartilhar seu conhecimento com os outros membros, está lhes fazendo um favor. Como a teoria da dissonância cognitiva poderia prever, e como mostrado em um experimento de Mike Leippe e Donna Eisenstadt,[116] pessoas que agem de uma forma que beneficia os outros posteriormente se sentem mais favoráveis em relação a eles: “Se eu estou ajudando, deve ser porque eles merecem.”

Um mecanismo diferente, mas complementar, foi ilustrado em um experimento de Samuel Gaertner e seus colegas,[117] demonstrando que a cooperação reduz as barreiras entre os grupos, mudando as categorias cognitivas que as pessoas usam. Em outras palavras, a cooperação muda nossa tendência de categorizar o grupo externo de “aquelas pessoas” para “nós, pessoas”. Mas como essa mudança de “aquelas pessoas” para “nós, pessoas” realmente aconteceu? Acredito que o processo de mediação é a empatia, a capacidade de vivenciar o que o membro do seu grupo está vivenciando. Na sala de aula competitiva, o objetivo principal é simplesmente mostrar ao professor como você é inteligente, para que não precise prestar muita atenção aos outros alunos. Mas a situação do quebra-cabeça é diferente. Para participar efetivamente da sala de aula quebra-cabeças, cada aluno precisa prestar muita atenção a qualquer membro do grupo que esteja recitando. No processo, os participantes aprendem que grandes resultados podem ser obtidos se abordarem cada colega de uma forma que seja feita sob medida para atender às suas necessidades especiais. Por exemplo, Alice pode descobrir que Carlos é um pouco tímido e precisa ser cutucado com delicadeza, enquanto Phyllis é tão falante que talvez precise ser refreada de vez em quando. Pode-se brincar com Peter, enquanto Serena responde apenas a sugestões sérias.

Se essa análise for correta, então deve-se concluir que trabalhar em grupos de quebra-cabeças levaria ao aprimoramento da capacidade empática geral de um jovem. Para testar essa noção, Diane Bridgeman[118] conduziu um experimento inteligente com crianças de 10 anos, metade das quais passou dois meses participando de aulas de quebra-cabeças e a outra em salas de aula tradicionais. Em seu experimento, Bridgeman mostrou às crianças uma série de desenhos animados com o objetivo de testar a capacidade de uma criança de ter empatia, de se colocar no lugar dos personagens de desenhos animados. Em um desenho animado, o primeiro painel mostra um menino parecendo triste enquanto acena para seu pai no aeroporto. No próximo painel, um carteiro entrega um pacote ao menino. No terceiro painel, o menino abre o pacote, encontra um avião de

brinquedo dentro e começa a chorar. Bridgeman perguntou às crianças por que elas achavam que o menino começou a chorar ao ver o avião. Quase todas as crianças conseguiram responder corretamente: porque o avião de brinquedo o lembrava de quanto sentia falta do pai. Então Bridgeman fez a pergunta crucial: “O que o carteiro pensou quando viu o menino abrir o pacote e começar a chorar?”

A maioria das crianças dessa idade comete erros consistentes; eles presumem que todos sabem o que sabem. Assim, os jovens das aulas tradicionais achavam que o carteiro saberiao menino ficou triste porque o presente o fez lembrar da partida do pai. Mas as crianças que participaram da sala de aula do quebra-cabeça responderam de forma diferente. Por causa de sua experiência com o método do quebra-cabeças, eles desenvolveram a capacidade de assumir a perspectiva do carteiro e de se colocar no lugar dele. Portanto, perceberam que ele ficaria confuso ao ver o menino chorar ao receber um belo presente, pois não havia presenciado a cena da despedida no aeroporto.

À primeira vista, isso pode não parecer importante. Afinal, quem se importa se as crianças têm a capacidade de descobrir o que está na mente de um personagem de desenho animado? Na verdade, todos devemos nos preocupar - e muito. Lembre-se de nossa discussão sobre a tragédia de Columbine no capítulo anterior. Nesse capítulo, sugerimos como a empatia é importante para conter a agressão. O grau em que os jovens podem desenvolver a capacidade de ver o mundo da perspectiva de outro ser humano tem implicações profundas em todos os seus relacionamentos. Quando desenvolvemos a capacidade de compreender o que outra pessoa está passando, aumenta a probabilidade de que nosso coração se abra para essa pessoa. Uma vez que nosso coração se abre para outra pessoa, torna-se praticamente impossível sentir preconceito contra essa pessoa, intimidar essa pessoa, insultar essa pessoa, humilhar essa pessoa. Meu palpite é que, se a estratégia do quebra-cabeça tivesse sido usada na Escola de Segundo Grau de Columbine (ou nas escolas de ensino fundamental e médio que alimentam Columbine), a tragédia poderia ter sido evitada. [119]

Meus alunos de graduação e eu desenvolvemos a técnica do quebra-cabeças em 1971 e, desde então, outros desenvolveram métodos cooperativos semelhantes. [120] As implicações desse trabalho só ficaram mais claras com o passar dos anos. Se você quer reduzir o preconceito, coloque as pessoas em uma equipe com um propósito comum. Mesmo as “atitudes implícitas” mantidas inconscientemente podem ser modificadas pelo trabalho em equipe e pela empatia. Jay Van Bavel e William Cunningham [121] colocaram alguns participantes em um grupo misto (seis negros e seis brancos) e outros em um grupo da mesma raça e os fizeram fazer um teste semelhante ao IAT de associações implícitas. Membros brancos de um grupo de controle que estavam simplesmente olhando para rostos não afiliados revelaram o conhecido efeito IAT, um preconceito racial do branco é maior do que o do preto. Mas os participantes designados para uma equipe de raça mista tiveram avaliações automáticas mais positivas dos membros negros do grupo interno do que dos membros brancos externos, uma preferência que foi impulsionada pelo preconceito interno (“Eles estão na minha equipe!”) Mais do que pela difamação do grupo externo. E uma série de cinco experimentos de Andrew Todd eseus colegas [122] mostraram que ter participantes envolvidos na *tomada de perspectiva* - contemplando ativamente as

experiências dos outros, também conhecida como empatia - reduziu fortemente as expressões automáticas de preconceito racial.

Juntos, os resultados surpreendentes descritos neste capítulo foram repetidos em milhares de salas de aula em todas as regiões do país. John McConahay, [123] um dos principais especialistas em relações raciais, considerou o aprendizado cooperativo a prática mais eficaz para melhorar as relações raciais em escolas não segregadas. Infelizmente, embora a maioria dos professores aprenda sobre quebra-cabeças e outras formas de educação cooperativa, esses métodos são usados com menos frequência do que você esperaria. Os sistemas educacionais, como todas as burocracias, tendem a resistir às mudanças, e a estrutura de sala de aula competitiva e padrão continua a ser a norma.

O Desafio da Diversidade

A diversidade em uma nação, cidade, bairro ou escola pode ser uma coisa excitante - ou uma fonte de turbulência. A dessegregação nos deu a oportunidade de nos beneficiar dessa diversidade. Mas, para maximizar esses benefícios, é vital que aprendamos a nos relacionarmos uns com os outros através das linhas raciais e étnicas da maneira mais harmoniosa possível. Nem é preciso dizer que temos um longo caminho a percorrer antes de alcançar algo que se pareça com a plena harmonia neste país.

Os desafios apresentados a uma nação etnicamente diversa foram descritos graficamente pelo repórter vencedor do Prêmio Pulitzer David Shipler, [124] que viajou por toda a extensão dos Estados Unidos, entrevistando uma grande variedade de pessoas sobre seus sentimentos e atitudes raciais. Sua conclusão um tanto sombria se resume no título de seu livro, *A Country of Strangers* . Shipler observou que a maioria dos americanos não tem relacionamentos próximos com pessoas de outras raças, religiões e grupos étnicos; portanto, muitas suspeitas e mal-entendidos prevalecem. Ler o livro de Shipler me lembrou de um diretor de escola do Texas que reclamou para mim que a dessegregação estava causando problemas em sua escola: "Olha, professor, o governo pode forçar crianças negras e crianças brancas a irem para a mesma escola", disse ele, "mas ninguém pode forçá-los a gostar de sair uns com os outros. ” (Não acho que ele tenha lido William Graham Sumner, mas ele estava defendendo o mesmo ponto.)

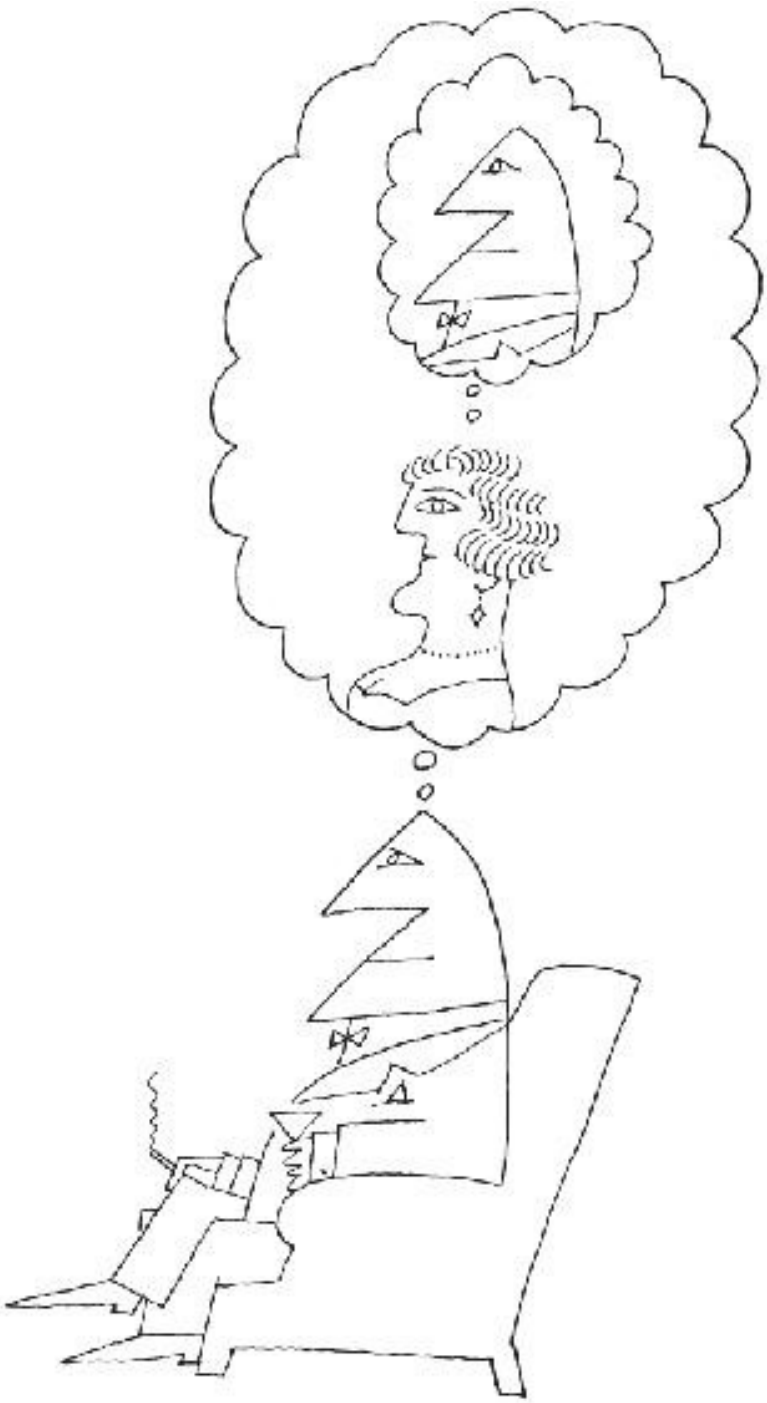
Como se para enfatizar o que ele queria dizer, naquele mesmo dia, na hora do almoço, enquanto eu perambulava pelo pátio da escola, o que vi não era uma escola integrada - longe disso. Em vez disso, havia vários agrupamentos de grupos autossegregados: jovens negros agrupados em um grupo; Jovens latinos agrupados em outro grupo; jovens brancos agrupados em ainda outro grupo. Não é surpreendente descobrir que pessoas da mesma raça e etnia podem preferir a companhia umas das outras. E, por si só, certamente não há nada de errado com isso - a menos que tais preferências se tornem rígidas em um comportamento excludente. Poucos meses depois de iniciar a técnica do quebra-cabeça na mesma escola, eu estava andando pelo pátio da escola e fiquei impressionado ao perceber que praticamente todos esses grupos de alunos estavam totalmente integrados. Ninguém estava “forçando” os jovens a gostarem uns dos outros; eles estavam, na verdade, escolhendo se relacionar entre si, através das fronteiras raciais

e étnicas. A experiência do quebra-cabeça estava visivelmente aliviando um pouco da desconfiança e suspeita anteriores.

Shipler está sem dúvida certo ao dizer que somos “um país de estranhos”, e talvez sempre tenhamos sido. Mas aquelas dezenas de milhares de crianças que experimentaram a aprendizagem cooperativa nos dão esperança para o futuro - uma esperança de que eventualmente se tornem adultos que aprenderam a desfrutar e se beneficiar da diversidade, que aprenderam a gostar e respeitar uns aos outros, e que entenda que “eles” são parte de “nós”.

Grandes humanitários têm procurado repetidamente ensinar essa mensagem. Nelson Mandela passou 27 anos na prisão por seu ativismo pela causa do fim do apartheid na África do Sul. E quando acabou, e ele foi eleito o primeiro presidente negro da África do Sul, ele não buscou vingança ou retaliação sangrenta; ele formou uma relação de trabalho com o ex-presidente branco, FW de Klerk, para conduzir a África do Sul a uma democracia multirracial completa. (Os dois receberam o Prêmio Nobel da Paz por sua notável colaboração.) “Ninguém nasce odiando outra pessoa por causa da cor de sua pele, de sua formação ou de sua religião”, escreveu Mandela. “As pessoas devem aprender a odiar e, se podem aprender a odiar, podem ser ensinadas a amar. Pois o amor vem mais naturalmente ao coração humano do que o seu oposto. ”

8 Gostar, amar e conectar



Saul Steinberg, *desenho sem título* , tinta sobre papel.

Originalmente publicado na *The New Yorker* , 30 de junho de 1962.

Um balão de pensamento sobre ele o mostra pensando em uma mulher. Uma bolha de pensamento sobre a mulher em seus pensamentos mostra o pensamento dela sobre o homem.

O musical da Broadway de 1946 "Annie Get Your Gun" foi baseado na história da vida real da lendária atiradora Annie Oakley, que, em 1875, aos 15 anos, derrotou a atiradora de 26 anos e estrela reinante do Buffalo Show de Bill Wild West, Frank Butler. No musical, Annie se apaixona instantaneamente por seu belo concorrente, mas é persuadida de que suas habilidades superiores de tiro ameaçariam seu ego. Ela percebe que deve escolher entre

o sucesso do tiro certeiro e o amor. Depois de cantar "You Can't Get a Man with a Gun", Annie intencionalmente perde um segundo tiroteio com Frank, que, com o orgulho masculino restaurado, se apaixona por Annie imediatamente; eles vivem felizes para sempre como estrelas do Wild West Show.

A peça foi um sucesso estrondoso e inspirou um filme de Hollywood e uma série de TV, mas tomou liberdade com alguns fatos importantes. Os verdadeiros Annie e Frank viveram felizes para sempre, mas Frank nunca invejou as habilidades de Annie; ele adorou eles e felizmente desistiu de seu próprio estrelato para apoiá-la no papel de gerente de negócios e assistente de palco. O casal viajou pelos Estados Unidos e pela Europa, onde Annie deslumbrou o público com seu rifle: apagando velas acesas, acertando pequenas moedas atiradas para o alto e em um teste de arrepiar a pontaria de Annie e a confiança de Frank, atirando um cigarro aceso pendurado em seus lábios. Frank e Annie permaneceram casados e felizes por 50 anos, até sua morte de anemia. Aparentemente, Frank foi tão atingido quando Annie morreu que perdeu a vontade de viver, parou de comer e morreu 18 dias após seu funeral.[1]

Por que o musical não contou a verdadeira história de amor? A versão ficcional do musical refletia os estereótipos de gênero prevalecentes na época (e nas décadas seguintes), em que se esperava que a mulher se tornasse bonita, fosse doce e, acima de tudo, evitasse ofuscar os homens com menos talento ou inteligência. A falsa Annie do musical fez todas essas coisas para atrair Frank. A história deles tem muito a dizer sobre o que se segue neste capítulo - sobre atração, amizade, amor e conexão humana. O que atrai as pessoas umas às outras? O que alimenta o gosto, a paixão e a coisa mais misteriosa que chamamos de amor? Por que alguns casais como Annie e Frank ficam juntos até a morte, enquanto outros se desintegram rapidamente ou, como metade de todos os casamentos, terminam em divórcio após cerca de oito anos?

A questão de “quem gosta de quem” é antiga. O primeiro psicólogo social amador, que morava em uma caverna, sem dúvida se perguntou o que poderia fazer para que o sujeito de uma caverna vizinha gostasse mais ou menos dele - ou, pelo menos, para que não batesse na cabeça. Talvez ele tenha trazido um pouco de carne de tigre dente-de-sabre de presente, na esperança de que isso bastasse. Talvez ele tenha tentado uma nova maneira de mostrar os dentes - não em uma careta rosnadora e ameaçadora, mas de uma forma mais suave e submissa - uma forma que acabou evoluindo para aquele gesto que chamamos de sorriso.[2]

Depois de atender às necessidades básicas de sobrevivência, nosso motivo mais poderoso é ter conexões significativas com outras pessoas.[3] Além de nos manter felizes, bons relacionamentos literalmente nos mantêm vivos. Considere o notável estudo de Harvard, que tem acompanhado dois grupos de homens na área de Boston (um de homens abastados que estudaram em Harvard; o segundo de homens da classe trabalhadora) por 75 anos, da adolescência à velhice. (Havia apenas homens porque o estudo começou antes que as mulheres pudessem frequentar Harvard.) O objetivo do estudo era identificar os fatores (incluindo experiências, recursos e condições de vida) que predizem saúde, bem-estar psicológico e felicidade mais tarde na vida. A conclusão? De acordo com o atual diretor do estudo, Robert Waldinger, “a mensagem mais clara que recebemos deste estudo de 75 anos é esta: Bons relacionamentos nos mantêm mais

felizes e saudáveis. Período."[4] Os homens mais felizes no estudo de Harvard não eram aqueles com as realizações mais impressionantes, mais dinheiro ou as infâncias mais felizes; foram eles que priorizaram seus relacionamentos com os outros. Esses eram os homens com maior probabilidade de atingir - e desfrutar - seus oitenta e noventa anos.

Muitos estudos confirmam os benefícios para a saúde de relacionamentos que fornecem apoio, companheirismo e amor durante os momentos de estresse e de felicidade.[5 A] solidão, ao contrário, não produz eventos mais estressantes, mas é um fator de risco para que os estressores se transformem em doenças. Descobriu-se que pessoas solitárias têm padrões de sono menos eficientes e pressão arterial mais alta e, quando feridas, curam mais lentamente do que pessoas não solitárias.[6] É importante, no entanto, não interpretar esses dados como significando que as pessoas devem se casar ou estar em um relacionamento amoroso comprometido para colher os benefícios de longo prazo dos relacionamentos. Viver solteiro é perfeitamente saudável. É o *sentimento de* solidão e o *isolamento* que causam os problemas.[7] As pessoas podem estar rodeadas de outras e sentir-se solitárias; eles podem viver sozinhos e ter uma vida social rica. Na década de 1950, a maioria das pessoas acreditava que os adultos que preferiam permanecer solteiros eram “imorais” ou “neuróticos”, mas hoje esse estigma acabou; metade dos adultos americanos escolhe viver sozinho, mais do que o dobro do que vivia em 1950. Na verdade, a vida de solteiro tem suas próprias vantagens sociais e físicas: as pessoas que vivem sozinhas têm maior probabilidade do que as casadas ou coabitantes de comer fora fazer um amigo, fazer exercícios, ir a aulas de arte e música, assistir a palestras e fazer trabalhos voluntários.[8] Você não precisa estar em um relacionamento sério, em outras palavras, para estar conectado.[9] Como aquele viúvo solitário Frank Butler poderia ter dito, mas George Valliant, ex-diretor do estudo de saúde de Harvard, *realmente* disse sobre a pesquisa: “A conexão é toda a disputa de tiro”.[10]

Gostar: O que nos atrai aos outros - e faz com que gostem de nós?

Quando pergunto às pessoas por que gostam mais de alguns de seus conhecidos do que de outros, recebo uma grande variedade de respostas. Os mais típicos são que gostam de outras pessoas cujas crenças e interesses são semelhantes aos seus; que possuem habilidades ou aptidões que são úteis para nós; que tenham qualidades agradáveis ou admiráveis, como beleza, charme, inteligência, lealdade, honestidade e bondade; e quem gosta deles em troca.

Essas razões fazem muito sentido. Eles também são consistentes com o conselho dado por Dale Carnegie[11] em seu livro com o título manipulador *Como fazer amigos e influenciar pessoas.* Este livro de receitas para relações interpessoais parece ter sido exatamente o que as pessoas estavam procurando. Publicado pela primeira vez em 1937, ainda está sendo impresso e comprovado queser um dos maiores best-sellers de todos os tempos. Isso não é surpreendente. As pessoas querem pertencer e se sentir importantes; nós queremos ser amados. Pesquisas feitas com estudantes do ensino médio ao longo das décadas[12] indicam que sua preocupação mais importante é a maneira como os outros reagem a eles - e seu desejo irresistível é que as pessoas gostem mais deles. Essas preocupações podem ser maiores durante a adolescência, quando o grupo de pares

assume enorme importância, mas o desejo de ser amado certamente não se limita aos adolescentes americanos. A busca por uma fórmula única para atrair outras é universal. Afinal, o livro de Dale Carnegie foi traduzido para 35 idiomas e ainda é lido em todo o mundo.

O conselho de Carnegie era simples: se você quer que as pessoas gostem de você, seja agradável, finja que gosta delas, finja interesse nas coisas em que estão interessadas, encha-as de elogios, seja agradável, não critique - e certifique-se de usar seu nome sempre que possível porque "a pessoa média está mais interessada em seu próprio nome do que em todos os outros nomes do mundo juntos". Em outras palavras, Carnegie estava convencido de que a maioria de nós é como o Frank Butler fictício; se você quer conquistar nosso amor ou nos influenciar, faça o que puder para nos fazer sentir bem e evite fazer coisas que nos fazem sentir mal, como nos derrotar em um concurso de tiro.

É verdade? Essas táticas são eficazes? Até certo ponto, eles estão, pelo menos nos estágios iniciais de se conhecerem. Experimentos de laboratório indicam que gostamos mais de pessoas com características agradáveis do que daquelas com características desagradáveis;[13] gostamos mais de pessoas que concordam conosco do que de pessoas que discordam de nós; gostamos de pessoas que gostam mais de nós do que de pessoas que não gostam de nós; gostamos mais de pessoas que cooperam conosco do que de pessoas que competem conosco; gostamos mais de pessoas que nos elogiam do que de pessoas que nos criticam. Esses aspectos da atração podem ser reunidos sob uma ampla generalização: Gostamos de pessoas cujo comportamento nos fornece o máximo de recompensa a um custo mínimo.[14]

De um modo geral, sabemos que gostamos de pessoas que nos fazem sentir bem de alguma forma, mas além dessas razões bastante óbvias para gostar dos outros, o que atrai as pessoas umas às outras? John Thibaut e Harold Kelley[15,] há muito tempo, argumentamos que calculamos o valor de uma pessoa como amigo ou parceiro romântico, em parte comparando o que eles trazem para nós com o que podemos receber de outros amigos ou parceiros românticos em potencial. Em resumo, a atração é parcialmente determinada por nosso *nível de comparação para alternativas.* Max é um cara legal, mas Roger é ainda mais fofo, tem mais educação e mora perto de mim. Se eu acho que sou atraente o suficientepara conquistar o afeto ou a amizade de Roger, Max pode começar a parecer menos atraente.

Mas os relacionamentos nem sempre são tão simples e nem sempre se prestam a um cálculo de custo-benefício. As pessoas querem se sentir bem, mas também têm outros motivos, e amizades duradouras e relacionamentos românticos envolvem mais do que apenas fazer o outro feliz no momento. Portanto, precisamos mais do que uma simples teoria de recompensa da atração para compreender a natureza complexa e às vezes confusa da atração, amizade e amor.

Passo agora a cinco fatores consistentes que têm uma profunda influência sobre a nossa escolha de amigos e amantes: Nós tendem a como as pessoas que vivem em estreita *proximidade* para nós; quem achamos que são *semelhantes* a nós; quem *gosta de nós* ; e que são *fisicamente atraentes.* E a isso acrescentarei um fenômeno relativamente recente

criado por nosso mundo de alta tecnologia, que afeta profundamente quem gostamos, quem escolhemos e se ficamos: é o chamado *paradoxo da escolha.*

Proximidade A probabilidade de você encontrar alguém atraente e conhecê-lo começa com a proximidade que ele tem de você. O que poderia ser mais óbvio? Solicitados a nomear as pessoas de quem mais gostavam, os estudantes universitários que haviam sido designados aleatoriamente para quartos de dormitório davam nomes aos vizinhos na metade das vezes.[16] É difícil fazer amizade com pessoas que você não conhece, e é fácil manter amizades com pessoas próximas, então isso faz sentido: recompensas de amizade com baixo custo. Mas a proximidade aumenta a atratividade por outras razões além da facilidade e disponibilidade. A proximidade simplesmente torna mais provável que teremos exposição repetida e, todas as outras coisas permanecendo iguais, as pessoas se tornam mais agradáveis e atraentes à medida que se tornam mais familiares. Muito parecido com uma música que ouvimos repetidamente, as pessoas crescem em nós com o tempo. Além disso, como observei no Capítulo 3 , as pessoas se tornam mais atraentes para nós quando esperamos interagir com elas no futuro; quando sabemos que ficaremos presos a alguém por um tempo, a dissonância nos ajuda a ver suas boas qualidades e ignorar ou diminuir a ênfase em suas falhas.[17]

A proximidade sempre foi um fator importante no casamento. James Brossard[18] analisaram os registros de casamento na Filadélfia na década de 1930 e descobriram que a maioria dos casamentos envolvia pessoas que moravam perto: um em cada três casamentos eram entre pessoas que viviam a cinco quarteirões uma da outra, um em cada seis viviam no mesmo quarteirão e um em oito eram do mesmo prédio. Só sobreum em cada cinco casamentos envolveu parceiros de diferentes cidades! Quando o comediante Aziz Ansari e o sociólogo Eric Klinenberg[19] conduziram grupos de discussão em lares de idosos na cidade de Nova York, eles ficaram impressionados com a consistência de onde esses idosos encontraram seus parceiros de vida. “As pessoas estavam se casando com pessoas no mesmo bairro, na mesma rua e até no mesmo prédio”, escreve Ansari. “Parecia um pouco bizarro. Eu disse: 'Gente, vocês moram na cidade de Nova York. Você já pensou: 'Oh, talvez haja algumas pessoas fora do meu prédio?' Por que se limitar? Eles apenas deram de ombros e disseram que não foi isso que foi feito. ”[20]

Hoje como então, o fato incontestável é que as pessoas geograficamente mais próximas de você provavelmente também se tornarão mais queridas por você. Isso destrói o mito romântico de que há uma e apenas uma pessoa (talvez na cidade de Yazoo ou na Bulgária!) Esperando por você. Desde os tempos antigos até o presente, é mais provável que as pessoas amem e vivam com aqueles que estão em uma caverna próxima ou em uma casa próxima, ou que estudam ou trabalham na mesma loja, escritório ou fábrica. Mesmo nesta era da internet de aplicativos de namoro, a proximidade ainda é o primeiro passo para encontrar o amor: você e seu "único" teriam que ter escolhido o mesmo site de namoro ao mesmo tempo *e* um de vocês teria que encontrar o outra tarde preguiçosa (ou “alguma noite encantada”) com tempo e motivação suficientes para enviar um texto charmoso. *Então,* o outro teria de lê-lo *e* lembrar-se de responder em meio a um mar de outros textos enviados por outros pretendentes em potencial. Seu verdadeiro amor em Yazoo City pode estar mais acessível agora, mas ele ou ela é apenas um entre milhões

em uma multidão digital, o que significa que você só encontrará sua amada em Yazoo City se morar lá. Todos os outros escolherão alguém mais perto de casa.

Similaridade Lynne vai a uma festa e é apresentada a Suzanne. Enquanto conversam por apenas alguns momentos, verifica-se que eles concordam totalmente em seus sentimentos sobre George Bush, George Clooney, George Eliot e o rei George III da Inglaterra. Cada uma volta para seu dormitório e diz a sua colega de quarto que acabou de conhecer uma mulher inteligente e maravilhosa. Lynne e Suzanne se encontrariam entre as literalmente centenas de experimentos que mostraram que quanto mais semelhante uma pessoa parece para você em atitudes, opiniões e interesses, mais você gosta dela. Os opostos podem se atrair, mas não aderem.

Por que a semelhança percebida torna as pessoas atraentes? Existem pelo menos duas razões principais. Em primeiro lugar, é óbvio para a maioria de nós que as pessoas que compartilham nossas atitudes e opiniões sobre as principais questões são incomumente inteligentes e atenciosas, e é sempre gratificante e interessante sair com pessoas inteligentes e atenciosas. Claro que estão - eles concordam conosco! Em segundo lugar, eles nos fornecem validação social para nossas crenças; isto é, eles satisfazem nosso desejo de nos sentirmos bem.

Além disso, nós, humanos, estamos tão certos da relação entre semelhança de atitude e gosto que, se por acaso gostarmos de alguém por algum motivo irrelevante - ambos compartilhamos um interesse em observação de pássaros, digamos - assumiremos que compartilhamos atitudes sobre política, religião e filmes também. Assim, a causalidade atua nos dois sentidos: gostamos de pessoas cujas atitudes são semelhantes às nossas e, se gostamos de alguém, atribuímos a ele atitudes semelhantes às nossas.[21] Se *percebermos* semelhança com outra pessoa, isso é o suficiente para aumentar a atração.[22] Esse princípio se aplica a todos os tipos de relacionamento e provou ser um método de marketing eficaz. Os operadores de telemarketing costumam ser treinados para fazer argumentos de venda que identificam e apontam uma semelhança (“Ei, eu também sou um estudante!”), Porque temos mais probabilidade de comprar coisas de pessoas de quem gostamos - e que pensamos ser como nós.[23]

Hunter Gelbach e seus associados[24] até aproveitou o efeito de similaridade e simpatia para melhorar o relacionamento entre alunos e professores. Professores e alunos em uma grande escola de ensino médio responderam a pesquisas sobre uma ampla variedade de tópicos, incluindo suas preferências pelo que gostam de fazer em seu tempo livre. Com as respostas em mãos, os pesquisadores designaram aleatoriamente professores e alunos para serem informados sobre cinco dessas semelhanças. Metade dos alunos aprendeu que seu professor era semelhante a eles nessas maneiras, e seus professores receberam as mesmas informações. Essa pequena intervenção - saber que você tem interesses em comum, mesmo com aquela pessoa misteriosa do seu professor ou aluno - aumentou os sentimentos mútuos de simpatia e respeito. Essa melhoria nos relacionamentos foi particularmente elevada entre os alunos de minorias, sugerindo que perceber nossas semelhanças em atividades, valores e habilidades pode superar a diferença percebida primária de raça e etnia.

Atributos pessoais: competência Quando os indivíduos são solicitados em pesquisas de opinião pública ou em sites de namoro, para descrever os traços de personalidade e outros atributos das pessoas de quem gostam, eles listam alegrementequalidades como sincero, competente e inteligente. Mas, em estudos desse tipo, é difícil estabelecer a direção da causalidade: gostamos de pessoas que têm atributos agradáveis ou, uma vez que gostamos delas, nos convencemos de que têm atributos agradáveis? As chances são de que a causalidade flua em ambas as direções. Para descobrir quais são as causas do quê, é necessário examinar essa relação sob condições mais controladas do que as existentes nos questionários. Aqui, examinarei dois dos atributos pessoais mais importantes: competência e atratividade física.

Parece óbvio que quanto mais competente alguém é, mais gostamos dessa pessoa. Por "competência", quero dizer um conjunto de qualidades: inteligência, a capacidade de fazer as coisas, decisões sábias, etc. Temos uma melhor chance de fazer bem em nossas tarefas de vida se nos cercarmos de pessoas que sabem o que são fazendo e tem muito a nos ensinar. Mas as evidências da pesquisa são paradoxais: em grupos de solução de problemas, os participantes considerados mais competentes e com as melhores idéias tendem a não ser os mais queridos.[25 por] quê? Uma possibilidade é que, embora gostemos de estar perto de pessoas competentes, aquelas que são *muito* competentes nos incomodam. Eles podem parecer inacessíveis, distantes, sobre-humanos - e nos fazem parecer mal (e nos sentir pior) em comparação. Se isso fosse verdade, gostaríamos mais das pessoas se elas revelassem alguma evidência de falibilidade. Por exemplo, se seu amigo é um matemático brilhante, um atleta excelente e um cozinheiro gourmet, você pode gostar mais dele se, de vez em quando, eles errarem.

Fui estimulado a criar uma investigação experimental dessa hipótese em 1961, quando o presidente John F. Kennedy tomou a terrível decisão de invadir Cuba na Baía dos Porcos para tentar derrubar Fidel Castro. A invasão foi um erro tão fenomenal que foi imediatamente apelidado, e ainda é comumente conhecido como "o fiasco da Baía dos Porcos". Mas, em vez da popularidade de JFK despencar, ele disparou - as pessoas gostaram mais dele, não menos. Eu me perguntei por quê. Uma possibilidade é que Kennedy possa ter sido “perfeito demais”. Naquele ano, Kennedy estava no auge de sua atratividade. Ele era um personagem quase com proporções de contos de fadas - na verdade, sua presidência era chamada de Camelot. Ele era jovem, bonito, inteligente, espirituoso, charmoso e atlético. Ele era um leitor voraz, autor de um livro best-seller e um herói de guerra que sofria de dores físicas crônicas sem reclamar. Ele era casado com uma mulher bonita e talentosa que falava várias línguas estrangeiras, tinha dois filhos lindos como um botão(um menino, uma menina) e fazia parte de uma família rica, proeminente e unida. Em outras palavras, ele era invejavelmente perfeito. Será que alguma evidência de falibilidade, como ser responsável por um grande erro de cálculo tático, poderia ter servido para torná-lo mais humano aos olhos do público e, portanto, mais simpático?

Como você sabe muito bem agora, o mundo real não é lugar para testar tal hipótese. No mundo real, muitas coisas estão acontecendo simultaneamente, qualquer uma das quais poderia ter aumentado a popularidade de Kennedy. Por exemplo, depois que ocorreu o fiasco, ele não tentou dar desculpas ou passar a bola; ele aceitou total responsabilidade.

Essa ação por si só poderia ter feito muito para torná-lo mais atraente aos olhos da população.

Curioso sobre o salto na popularidade de JFK, testei essa pergunta experimentalmente com meus colegas Ben Willerman e Joanne Floyd.[26] Dissemos aos nossos participantes, estudantes universitários do sexo masculino, que queríamos que avaliassem os candidatos que estivessem fazendo um teste para um programa de perguntas e respostas em que os alunos representassem sua faculdade em um teste de conhecimento semelhante ao *Jeopardy* . Seu trabalho era avaliar os candidatos com base nas impressões que eles causaram e como eles pareciam agradáveis. Eles então ouviram a gravação de uma entrevista entre um jovem (a pessoa do estímulo) e um entrevistador que fez uma série de perguntas difíceis. Tivemos quatro versões dessa entrevista gravada. Em um, o candidato mostrou um alto grau de competência - na verdade, ele parecia ser virtualmente perfeito, respondendo 92 por cento das perguntas corretamente - e quando questionado sobre suas atividades no ensino médio, ele admitiu modestamente que tinha sido um aluno de honra, o editor do anuário e membro da equipe de atletismo. Em uma segunda fita, o candidato apareceu como uma pessoa de habilidade média: ele respondeu apenas 30 por cento das perguntas corretamente e, durante a entrevista, admitiu que tinha tirado notas médias no ensino médio, tinha sido revisor na equipe do anuário, e tentou entrar para a equipe de atletismo, mas não conseguiu. Nas outras duas gravações, tanto o candidato “superior” quanto o candidato “medíocre” cometeram um erro embaraçoso, derramando desajeitadamente uma xícara de café em cima de si mesmo. (Criamos esta versão de “queda livre” gravando sons de comoção e barulho, o arrastar de uma cadeira e a voz angustiada do candidato expressando alarme por ter derramado café em suas roupas novas.)

Os resultados confirmaram o que chamamos de **efeito de queda** : a pessoa superior que cometeu um erro foi considerada a mais atraente;a pessoa média que cometeu o mesmo erro foi considerada a menos atraente. A pessoa perfeita (sem asneira) ficou em segundo lugar em atratividade, e a pessoa medíocre (sem asneira) terminou em terceiro. Claramente, não havia nada de intrinsecamente atraente em derramar uma xícara de café. Embora tenha servido para adicionar uma dimensão cativante à pessoa perfeita, tornando-a mais atraente, a mesma ação fez a pessoa medíocre parecer muito mais medíocre e, portanto, ainda menos atraente. Esse experimento nos deu evidências para apoiar nossa afirmação de que, embora um alto grau de competência nos torne mais atraentes, algumas evidências de falibilidade aumentam nossa atratividade ainda mais.

efeito de queda:

um fenômeno em que, mesmo que uma pessoa tenha um alto grau de competência, alguma evidência de falibilidade aumenta sua atratividade

Este fenômeno geral foi estendido para relacionamentos de longo prazo também. Abraham Tesser[27] descobriram que obtemos grande satisfação e auto-estima por termos amigos e parentes altamente competentes. Estar perto de pessoas competentes é gratificante; podemos aprender com eles, desfrutar de sua glória refletida, desfrutar de seu sucesso.[28] No entanto, se eles forem mais competentes do que nós *nas áreas que nos interessam* e, portanto, nos fizerem sentir incompetentes e inadequados em

comparação, sua atratividade diminuirá aos nossos olhos. A pesquisa de Tesser sugere que irmãos, amigos próximos e parceiros românticos podem ter mais facilidade em permanecer próximos se estabelecerem diferentes domínios de excelência. Ao desistir de sua carreira de atirador de elite por uma carreira de gerente de Annie Oakley, o verdadeiro Frank Butler deu um passo inteligente para garantir uma vida inteira de intimidade. Não sendo mais seu competidor, ele poderia se deleitar com a glória refletida de sua competência sem ser diminuído por ela.

Atributos pessoais: atratividade física Imagine que você acabou de sair com alguém. A noite está quase acabando e você está decidindo se quer sair de novo com essa pessoa. Qual das características do seu par terá mais peso: cordialidade, sensibilidade, inteligência, compaixão? Que tal boa aparência? Você adivinhou!

A maioria das pessoas não quer que isso seja verdade. Preferiríamos acreditar que a beleza é apenas superficial e, portanto, um determinante trivial do gosto. Além disso, parece tão injusto; por que algo como atratividade física, que está muito além do controle de uma pessoa, importa tanto? Embora muitas pessoas acreditem que a atratividade é mais importante para os homens do que para as mulheres, uma análise de mais de 29.000 pessoas descobriu que a atratividade é igualmente importante para ambos os sexos.[29] E estudo após estudo de seu comportamento real, estudantes universitários, bem comoa população em geral é fortemente influenciada pela aparência de outra pessoa.[30] Muitos anos atrás, Elaine Walster e seus associados[31] alunos entrantes combinados aleatoriamente na Universidade de Minnesota para um encontro às cegas. Anteriormente, os alunos haviam recebido uma bateria de testes de personalidade. Quais de suas muitas características determinavam se gostavam um do outro: inteligência, masculinidade, feminilidade, dominância, submissão, dependência, independência, sensibilidade, sinceridade? O *único* determinante para saber se um casal gostava um do outro e repetia o encontro era sua atração física. O próprio sucesso do Tinder e de outros aplicativos de namoro que dispensaram “perfis de personalidade” e “qualidades do seu cônjuge ideal” mostra quão rápida e completamente podemos descartar outro ser humano com base apenas em um instantâneo.

Mas, como o efeito de similaridade pode sugerir, as pessoas tendem a formar pares nos mesmos níveis de atratividade. No estudo de Walster e colegas, se um homem bonito fosse casado com uma mulher bonita, eles provavelmente desejariam se ver novamente. Gregory White,[32] estudando relacionamentos de relativamente longo prazo entre jovens casais na UCLA, descobriram que a atratividade física era importante, mas era a *semelhança* da atratividade dos parceiros que era crucial para determinar se eles permaneceriam juntos. Muitos meses depois que os casais começaram a namorar, aqueles que eram bem combinados em atrativos físicos permaneceram mais profundamente envolvidos um com o outro do que aqueles que não combinavam. Até a Besta da Bela finalmente revela sua beleza.

A beleza também influencia uma ampla gama de atribuições que fazemos sobre os outros. Karen Dion e seus colegas[33] mostrou a estudantes universitários fotos de três pessoas em idade universitária: uma atraente, uma de aparência mediana e outra não atraente. Os participantes avaliaram cada uma das pessoas retratadas em 27 traços de personalidade diferentes e previram sua felicidade futura. De longe, as pessoas

fisicamente atraentes receberam as características mais desejáveis e deram o maior prognóstico de felicidade. Isso era verdade quer os homens estivessem classificando homens ou mulheres, quer as mulheres estivessem classificando homens ou mulheres.

Alguns psicólogos evolucionistas pensam que certos aspectos do que as pessoas consideram “bonitos” são programados, refletindo uma preferência por parceiros que parecem saudáveis e livres de doenças.[34] Mas este é um assunto de considerável controvérsia, porque o rosto redondo e o corpo roliço que são lindos em Tonga podem ser consideradospouco atraente em Tallahassee, e as características consideradas sexy dentro de um grupo racial ou étnico podem ser desconhecidas e, portanto, não atraentes para membros de outros grupos. No entanto, a associação ocidental entre *belo* e *bom* começa com experiências de infância e associações culturais: filmes de Walt Disney e desenhos animados populares ensinam às crianças que heroínas brancas como Branca de Neve, Cinderela, A Bela Adormecida e a Pequena Sereia - junto com heroínas étnicas mais recentes como Tiana , Pocahontas, Aurora, Mulan, Jasmine e Moana, e os príncipes que os encantam e conquistam - todos têm feições regulares, narizes pequenos, olhos grandes, lábios bem torneados, tez sem manchas e corpos esguios e atléticos. Todos eles se parecem com bonecos Barbie e Ken. E como são representadas as madrastas, irmãs, gigantes, trolls e rainhas malvadas?

E depois há a publicidade, a enxurrada contínua de propaganda destinada a vender a ideia de que a beleza em uma garrafa nos tornará desejáveis, socialmente bem-sucedidos e, portanto, felizes e completos. A exposição a estas imagens *faz* ter um impacto, particularmente em adolescentes. Em um experimento, alunas do ensino médio assistiram a 15 comerciais exaltando as virtudes dos preparativos de beleza.[35] Um grupo de adolescentes de controle assistiu a 15 comerciais não relacionados a produtos de beleza. Mais tarde, todas as jovens foram solicitadas a classificar a importância relativa de 10 atributos, incluindo apelo sexual, inteligência, um rosto bonito e diligência. As jovens que viram os anúncios de beleza eram mais propensas do que o grupo de controle a considerar os atributos voltados para a beleza mais importantes do que outras qualidades.

Infelizmente, o viés da beleza significa que crianças pouco atraentes pagam um preço por sua aparência. Karen Dion[36] pediram às mulheres que avaliassem relatórios de distúrbios em sala de aula, aparentemente escritos por um professor. Anexada a cada relatório estava uma foto da criança que teria causado o problema. Em algumas fotos, a criança era atraente, em outras nem tanto. As mulheres tendiam a culpar mais as crianças menos atraentes e a inferir que esse incidente era típico de seu comportamento cotidiano. Quando a criança era retratada como bonita, porém, eles tendiam a desculpar o comportamento perturbador. Como disse uma das mulheres: “Ela joga bem com todos, mas como qualquer outra pessoa, um dia ruim pode ocorrer. Sua crueldade ... não precisa ser levada a sério. " Quando uma menina pouco atraente foi retratada como a culpada exatamente na mesma situação, descrita exatamente da mesma maneira, um entrevistado típico disse: “Acho que a criança seria bastante malcriada e seriaprovavelmente será um problema para os professores. Ela provavelmente tentaria arranjar uma briga com outras crianças de sua idade ... No geral, ela seria um verdadeiro problema. ” Assim, parece que tendemos a dar às crianças atraentes o benefício da dúvida; seus comportamentos inadequados são aberrações perdoáveis, causadas pela

situação. Não deixamos crianças menos atraentes escaparem tão facilmente; seus erros são atribuídos a disposições de personalidade estáveis e negativas. Efeitos semelhantes foram encontrados em todas as idades e em contextos como os de negócios, onde trabalhadores atraentes costumam ser melhor remunerados e promovidos com mais frequência.[37]

A beleza confere poder, mas há uma desvantagem na boa aparência: as pessoas podem ser mais duras com as pessoas bonitas que as criticam. Em um experimento que fiz com Harold Sigall,[38] uma mulher foi feita para parecer fisicamente atraente ou pouco atraente - com roupas nada lisonjeiras e uma peruca feia - e então entrevistar vários universitários. Posteriormente, ela deu a cada aluno sua própria avaliação clínica dele. Metade dos alunos recebeu avaliações altamente favoráveis e metade recebeu avaliações desfavoráveis. Quando a avaliadora não era atraente, os homens não pareciam se importar muito se recebiam uma avaliação boa ou ruim dela; em ambas as situações, eles gostaram dela bastante. Quando ela era bonita, porém, eles gostavam muito dela quando ela lhes dava uma avaliação favorável, mas quando ela os criticava, eles não gostavam dela mais do que em qualquer uma das outras condições.

Levando toda essa pesquisa em consideração, devemos encarar o fato de que a beleza é mais do que superficial. Gostamos mais de pessoas bonitas, as tratamos de maneira mais favorável e as consideramos mais calorosas, mais sexy e mais excitantes do que as pessoas simples. Além disso, em situações ambíguas em que não se sabe ao certo quem é o culpado por um acontecimento infeliz, tendemos a dar a eles o benefício da dúvida. Esse “viés pró-beleza” começa muito jovem e, infelizmente, com o tempo pode gerar uma profecia autorrealizável, como Mark Snyder, Elizabeth Decker Tanke e Ellen Berscheid mostraram em um experimento clássico.[39] Ponha-se no lugar de um típico estudante de graduação do sexo masculino em seu estudo: você se ofereceu para participar de uma investigação sobre "como as pessoas se conhecem" e fez par com uma aluna que está em outra sala, aparentemente porque vocês dois foram designados para a condição de “sem comunicação não verbal” do estudo. Embora não tenha visto sua parceira, você recebeu um pacote de informações que contém a foto dela. Quando você começa a ter uma conversa comela pelo interfone, você acha que a atratividade física da mulher na foto influenciará suas impressões sobre ela?

Como você pode suspeitar, a foto não retratava o parceiro real do participante. Para metade deles, representava uma mulher muito atraente; para os outros, representava uma mulher relativamente pouco atraente. Os homens que pensaram que estavam conversando com uma mulher bonita a classificaram como mais equilibrada, bem-humorada e socialmente apta do que aqueles que pensaram que estavam conversando com uma mulher menos atraente. Até agora, exatamente o que esperaríamos. Mas o que foi surpreendente foi que, quando observadores independentes ouviram uma gravação em fita com apenas a metade da conversa da mulher (sem olhar para uma foto), ficaram muito mais impressionados com a mulher cujo parceiro a considerava fisicamente atraente. Isso significa que, quando o parceiro pensava que estava conversando com uma linda mulher, ele falava com ela de uma forma que mostrava suas melhores qualidades. Quando os observadores independentes ouviram sua conversa, eles a avaliaram como sendo mais atraente, mais confiante, mais animada e mais afetuosa do que a mulher cujo

parceiro a considerava menos bonita. Este estudo ilumina um exemplo dramático e comovente da profecia autorrealizável: Quer uma pessoa seja fisicamente bonita ou não, tratá-la *como se fosse atraente* revela essas qualidades desejáveis.

Quero enfatizar que essa discussão sobre “beleza” enfocou a beleza visual. Nossos mecanismos perceptivos exercem uma influência terrivelmente conservadora em nossos sentimentos e comportamento - e na maneira como determinamos quem é geralmente atraente. Mas existem outros tipos de beleza. Nas décadas de 1960 e 1970, quando os grupos de treinamento de sensibilidade estavam no auge de sua popularidade, muitas pessoas se ofereceram para se envolver em experiências sensoriais não visuais. Em um grupo que liderei, 50 pessoas foram orientadas a fechar os olhos e vagar pela sala, familiarizando-se apenas com o tato e conversando. Depois de participar desse exercício, os membros do grupo normalmente relataram que seus estereótipos anteriores haviam sido destruídos. Você não pode pensar nas outras pessoas como sendo “caseiras” se não puder vê-las e, portanto, não pode presumir que elas tenham os traços que as pessoas “caseiras” supostamente têm. Quando os participantes subsequentemente abriam os olhos, ficavam frequentemente surpresos ao saber que, por exemplo, o cara engraçado com o nariz grande e espinhas em pé na frente deles era a mesma pessoa que, cinco minutos atrás (quando seus olhos estavam fechados) impressionoucomo um ser humano incrivelmente caloroso, gentil e sensível. Foi uma experiência que muitos dos participantes nunca esqueceram.

Em muitos de nossos julgamentos, nossos corações seguem nossos olhos. Mas nossos olhos também podem seguir nosso coração, com o tempo. Muitos de nós conhecemos a experiência de encontrar uma pessoa mais bonita à medida que nosso gosto por ela aumenta, não apenas calculando a média de sua aparência e outras qualidades em uma avaliação geral, mas, sim, vendo-as como belas porque nossos sentimentos por elas se intensificaram.[40] O inverso também acontece: as pessoas que consideramos bonitas ou lindas tornam-se menos bonitas à medida que conhecemos e não gostamos de suas personalidades irritantes ou crenças desagradáveis. O que é belo é bom - mas o que é bom torna-se belo.[41] Neurocientista social Jon Freeman[42] indica que trazemos uma enorme quantidade de “bagagem psicológica” para a nossa percepção de rostos. Se avaliarmos parceiros em potencial principalmente com os olhos, como fazemos no Tinder, podemos perder algumas pessoas potencialmente maravilhosas, cuja beleza requer mais do que um rápido olhar para ser apreciada. Isso certamente era verdade para Frank Butler; Annie Oakley não era bela, mas não foi sua aparência que conquistou seu coração para o resto da vida.

Ser Gostado Um dos determinantes mais fortes para saber se gostamos de alguém é a crença de que alguém gosta de nós. Como é que isso funciona? Imagine que você e eu estejamos tendo uma conversa breve e sem intercorrências em uma festa depois que um amigo em comum nos apresentou. Poucos dias depois, você encontra nossa amiga no campus e ela informa que, após a festa, eu tinha coisas muito elogiosas a dizer sobre você. Como você acha que agiria da próxima vez que você e eu nos encontrássemos? Meu palpite é que o fato de saber que eu gostava de você provavelmente o levaria a gostar de mim e a agir de maneiras que me deixassem saber que você também gostava de mim. Você provavelmente sorriria mais, revelaria mais sobre si mesmo e geralmente

se comportaria de uma maneira mais calorosa, mais interessada e mais agradável do que se ainda não tivesse aprendido que eu gosto de você. E que efeito você acha que suas ações teriam sobre mim? Diante de seu comportamento caloroso e agradável, meu carinho por você sem dúvida aumentaria, e eu, por sua vez, transmitiria meu gosto por você de maneiras que me tornariam ainda mais simpático para você.

Mas considere o seguinte: e se nosso amigo em comum não estivesse dizendo a verdade? E se ela tivesse percebido que você e eu realmente gostaríamos muito um do outro quando nos conhecêssemos e, para dar o pontapé inicial, tivesse dito que eu gostava de você, embora não tivesse dito uma palavra? Quais são as chances de que ela seja bem-intencionadaplano funcionaria? Bem, se você e eu fôssemos como os participantes de um experimento de Rebecca Curtis e Kim Miller,[43] seu esquema teria funcionado como um encanto! Esses pesquisadores levaram algumas pessoas a acreditar que outra pessoa gostava deles e levaram outros a acreditar que essa mesma pessoa não gostava deles. Em uma interação subsequente, aqueles indivíduos que pensaram que eram queridos se comportaram de maneiras mais agradáveis: eles revelaram mais sobre si mesmos, discordaram menos e geralmente se comportaram de uma maneira mais calorosa e agradável com a outra pessoa do que aqueles indivíduos que pensaram que não eram queridos . Além disso, as pessoas que acreditavam que eram queridas foram, na verdade, subsequentemente queridas pela outra pessoa, enquanto aquelas que acreditavam que eram antipatizadas eram antipatizadas pela outra pessoa. Outra profecia autorrealizável em ação. Nossas crenças, sejam certas ou erradas, desempenham um papel importante na formação da realidade.

E assim, ser amado torna o coração mais afeiçoado. Além disso, quanto maior nossa insegurança e dúvida, mais gostamos cada vez mais da pessoa que gosta de nós. Em um experimento fascinante de Elaine Walster (Hatfield),[44] universitárias, enquanto aguardavam os resultados dos testes de personalidade, foram abordadas por um jovem simpático e bonito, cúmplice do experimentador. Ele puxou conversa com cada aluno, indicou que gostava dela e começou a marcar um encontro. Nesse ponto, o experimentador entrou e conduziu cada aluno a um escritório para informá-lo dos resultados do teste. Metade dos alunos recebeu descrições altamente positivas destinadas a elevar temporariamente sua auto-estima. Os outros receberam descrições um tanto negativas destinadas a diminuir sua auto-estima temporariamente. Por fim, os alunos foram solicitados a avaliar o quanto gostaram de uma lista variada de pessoas - um professor, um amigo, “e já que temos um espaço sobrando, por que você não avalia aquele sujeito com quem estava esperando?” Os alunos que receberam feedback desfavorável gostaram mais de seu admirador do que aqueles que receberam feedback favorável. Em suma, gostamos de ser amados - e quanto mais inseguros nos sentimos, mais gostamos de quem gosta de nós.

Uma implicação desse experimento é que as pessoas que estão seguras de si mesmas são menos “necessitadas”; isto é, eles são menos propensos a aceitar propostas de qualquer um que apareça. Assim como uma pessoa faminta aceita quase qualquer tipo de comida e uma pessoa bem alimentada pode recusar uma oferta de um sanduíche de queijo encharcado, uma pessoa insegura aceitará quase qualquer pessoa que expresse interesse, enquanto uma pessoa segura será mais seletiva . Além disso, uma pessoa que

senteO inseguro pode até procurar uma pessoa menos atraente para diminuir a possibilidade de ser rejeitado. Esta ideia foi testada em um experimento por Sara Kiesler e Roberta Baral,[45] que levaram estudantes universitários do sexo masculino a acreditar que tinham se saído muito bem ou muito mal em um teste de desempenho intelectual. Eles então fizeram uma pausa e o experimentador se juntou ao aluno para uma xícara de café. Ao entrarem no café, o experimentador "reconheceu" uma aluna sentada sozinha à mesa, juntou-se a ela e apresentou o participante do sexo masculino. Claro, a aluna era uma confederada, plantada intencionalmente ali. Metade do tempo, o confederado era maquiado para parecer atraente; na outra metade do tempo, ela parecia bastante simples. Os pesquisadores observaram o grau de interesse romântico demonstrado pelos participantes do sexo masculino: se eles pediram para vê-la novamente, se ofereceram para pagar seu café, pediram seu número de telefone ou tentaram fazer com que ela ficasse mais tempo. Aqueles que se sentiam seguros sobre si mesmos (ou seja, que foram levados a acreditar que tiveram um bom desempenho no teste) mostraram mais interesse romântico pela mulher "atraente"; aqueles induzidos a se sentirem inseguros mostraram um interesse mais romântico pela mulher "pouco atraente".

Embora a insegurança certamente aumente nosso desejo de nos conectarmos com quem esperamos que nos tenha, no contexto do namoro tendemos a ser mais romanticamente atraídos por aqueles que parecem gostar *exclusivamente de* nós - apenas eu, não todos aqueles outros milhares que esperam por um golpe para a direita . Aqueles que parecem gostar de todos parecem ter menos discernimento com seus afetos e, portanto, não são tão desejáveis quanto aqueles que são mais seletivos. Este fenômeno foi investigado em um experimento de Paul Eastwick e Eli Finkel,[46] em que um grupo de rapazes e moças participou de uma sessão de encontros rápidos envolvendo vários encontros rápidos. Depois, eles foram solicitados a avaliar cada data quanto à conveniência, atratividade, química, se concordariam com outra data e, o mais interessante, seletividade percebida, quantas outras pessoas eles esperavam que seu encontro dissesse sim. Pessoas que relataram mais interesse em todas as datas em geral também foram percebidas por seus encontros como altamente propensos a dizer sim a todos os segundos encontros em potencial. Mas seus parceiros de namoro consideravam esses participantes ansiosos e facilmente satisfeitos como sendo menos desejáveis e com menos química para eles pessoalmente. Quando os participantes pensaram que seu parceiro desejava namorar apenas com eles na segunda vez, eles retribuíram mais prontamente. Esta pesquisa pode explicar o sentimento inebriante que as pessoas têm quando um flerte está indo bem e parece que não há ninguémoutra pessoa na sala, exceto você e aquela pessoa especial. É uma sensação emocionante, edificante e que aumenta a estima, muito mais do que assistir aquela "pessoa especial" se aproximando de todas as outras pessoas na sala antes de finalmente chegar até você.

O Paradoxo da Escolha Agora você encontrou o Sr. ou a Sra. Certo: alguém que mora bem perto de você; que compartilha muitos de seus valores e crenças; quem gosta de você, e só você, *muito* ; e quem é bonito. O que agora? Você diz: "Encontrei meu parceiro de vida! Agarre esta chance enquanto pode! " ou você diz: "Hmm, espere - esta é realmente a melhor pessoa para mim? Talvez alguém melhor esteja no final do quarteirão "?

O mundo moderno expandiu nossa gama de opções em todos os domínios da vida. Antigamente, havia uma marca e um estilo de jeans - Levis - que cabia bem no seu corpo ou não. Agora são inúmeras marcas, cada uma com várias opções, como bota, perna reta, slim fit, descontraída, cintura alta, cintura baixa ou rasgada. Onde antes você podia escolher entre alguns tipos de cereais, agora você tem um corredor inteiro deles, com mais de 400 opções diferentes. Como Barry Schwartz[47] assinala, as pessoas acreditam que ter mais opções é sempre preferível a ter poucas, então elas sempre *dizem* que querem mais opções quando você as pede. Mas ter muitas opções, descobriu Schwartz, pode criar um paradoxo: é obviamente bom poder escolher entre várias alternativas, mas não é tão bom quando todas essas escolhas nos impedem de tomar qualquer decisão. Se olharmos por tempo suficiente, pensamos, sempre podemos encontrar um par perfeito de jeans, cereal, escola, trabalho ... ou parceiro. Nossas expectativas de perfeição aumentaram à medida que nossas opções se multiplicaram, o que significa que muitas vezes ficamos nos perguntando se teríamos feito melhor se tivéssemos procurado por mais tempo. Schwartz argumenta que, como resultado, nos tornamos mais exigentes, menos felizes com nossas escolhas finais e exaustos por ter que pesar e avaliar tantas opções na busca pela perfeição que sabemos que estão aí se olharmos por tempo suficiente. Às vezes, ficamos simplesmente paralisados pelo número de opções e não fazemos nada.

Em uma das primeiras demonstrações do paradoxo da escolha, Sheena Iyengar e seus associados[48] foi a um supermercado e montou uma mesa com amostras grátis de geleia. Em intervalos regulares, eles deixaram de oferecer uma seleção de 24 jams para uma seleção de seis. A gama de 24 opções era impressionantemente atraente: 60 por cento dos transeuntes pararam, em comparação com apenas 20 por cento que vieram para omesa quando tinha apenas seis compotas. Independentemente do número de geleias na mesa, o típico freguês que parou provou duas amostras. Depois de prová-los, os clientes receberam um cupom válido por US $ 1 em um frasco. A questão era: quem compraria geleia? Embora mais opções atraíssem mais compradores para a mesa, apenas 3 por cento daqueles com a ampla gama de opções acabaram comprando qualquer um dos frascos. No total, 30% das pessoas com a estreita gama de opções deixaram a loja com um pote de geleia.

Como nossos avós, Annie Oakley não tinha o luxo de muitas opções de jeans, geléias ou projetos românticos. Ela era como uma compradora na condição de seis geleias do experimento de escolha; um punhado de opções se apresentaria e, se você encontrasse alguém atraente, seguia em frente e tirava o melhor proveito. Você pode tê-los comparado com algumas pessoas que conheceu ("Frank é muito mais emocionante do que aquele criador de ovelhas chato da estrada!" - e ele sem dúvida era), mas não os comparou com todos os outros companheiros possíveis em um mar de opções. Hoje, conhecer pessoas é mais fácil porque a tecnologia pode nos conectar imediatamente com mais companheiros em potencial que moram perto de nós do que nossos avós poderiam ter conhecido em toda a vida. Mas, como acontece com o congestionamento, as opções infinitas podem gerar paralisia.

A busca de ontem por um parceiro romântico nos levou a perguntar: “Estou feliz com essa pessoa?” Os aplicativos de hoje nos deixam olhando para nossa escolha atual e

perguntando: “Será que posso fazer melhor?” Aziz Ansari conta a história de “Derek”, um cara bastante chato, “não imediatamente magnético ou charmoso”:

Em nosso grupo de foco sobre namoro online em Manhattan, Derek entrou no OkCupid e nos deixou ver como ele passava por suas opções ... A primeira mulher em que ele clicou era muito bonita, com uma página de perfil espirituosa, um bom trabalho e muitos interesses em comum , incluindo o amor pelos esportes. Depois de examinar a página por mais ou menos um minuto, Derek disse: “Bem, ela parece estar bem, vou continuar procurando por um tempo”. Perguntei o que havia de errado e ele respondeu: “Ela gosta do Red Sox”. Fiquei completamente chocado. Eu não podia acreditar na rapidez com que ele mudou. Imagine o Derek de 20 anos atrás, descobrindo que aquela mulher linda e charmosa era uma possibilidade real para um encontro. Se ela estivesse em um bar e sorrisse para ele, Derek de 1993 teria derretido. Ele não teria se aproximado e dito: “Oh, espere, você gosta do Red Sox ?! Não, obrigado! ” antes de colocar a mão em seu rosto e se virar. Mas Derek de 2013 simplesmente clicou em um X em umguia do navegador da web e excluiu sem pensar duas vezes. Observando-o vasculhar aqueles perfis, ficou claro que online, todo babaca agora poderia ser um garanhão.[49]

Como Barry Schwartz conclui sucintamente: “Esta é uma receita para a miséria”. Estudo após estudo, Schwartz e outros descobriram que o tipo de mentalidade produzida por uma abundância de escolhas leva as pessoas a ficarem menos felizes com as escolhas que finalmente fazem, mesmo que por padrões objetivos suas escolhas correspondam ao que dizem que querem e precisam de um relacionamento ou carreira.[50]

O inevitável processo humano de comparação social torna o paradoxo da escolha ainda pior, porque muitas vezes parece que todo mundo encontrou seu parceiro de sonho e você não. Ansari conta que foi ao casamento de um amigo e ouviu o casal dizer “as coisas mais marcantes e amorosas um do outro. Coisas como 'Você é um prisma que pega a luz da vida e a transforma em um arco-íris' e 'Você é uma loção que hidrata meu coração. Sem você, minha alma tem eczema. ' Após o casamento, descobri sobre quatro casais diferentes que se separaram, supostamente porque não sentiam que tinham o amor que foi expresso naqueles votos. Eles cancelaram muito cedo? Eu também fiquei com medo de ouvir essas coisas. Eu tinha o que aquelas pessoas tinham? ”[51] E há o paradoxo da escolha em ação: a escolha ilimitada nos leva a comparar nossa escolha atual a uma fantasia. E ninguém pode competir com uma fantasia.

Os efeitos do elogio e dos favores

Dale Carnegie aconselhou seus leitores que uma boa maneira de fazer amigos é “distribuir elogios abundantemente”. Isso parece bom senso comum à moda antiga, mas sempre funciona? O bom senso também sugere que há situações em que a crítica pode ser mais útil do que o elogio. Suponha que você seja um novo contratado em uma empresa de tecnologia e esteja apresentando uma proposta para sua equipe. Um colega de trabalho está balançando a cabeça e sorrindo, extasiado com suas palavras, e depois diz que você é um gênio e que suas ideias são as mais brilhantes que ele já ouviu. É bom ouvir isso, é claro. Em contraste, outra colega balançou a cabeça e franziu o cenho durante sua apresentação e, depois, disse que há vários aspectos de sua proposta que não fazem sentido. Naquela noite, enquanto ruminando sobre o que eles disseram, você

percebe que as observações feitas pora segunda pessoa, da qual você não gostou, continha alguns pontos válidos e o forçou a repensar algumas de suas suposições e melhorar sua proposta. Qual dessas duas pessoas você vai gostar mais? É difícil saber porque, embora o elogio seja claramente recompensador, a discordância que leva à melhoria traz outras recompensas.

Algumas pesquisas mostram que uma avaliação negativa geralmente aumenta a admiração que sentimos pelo avaliador, desde que ele não esteja nos avaliando! Em um experimento, Teresa Amabile[52] pediu a estudantes universitários que lessem trechos de duas resenhas acadêmicas de romances. Ambas as críticas eram semelhantes em estilo e qualidade de redação, mas uma era extremamente favorável e a outra extremamente desfavorável. Os alunos consideram o revisor negativo consideravelmente mais inteligente, competente e especialista do que o revisor positivo - mas menos agradável.

Às vezes, o motivo humano para a exatidão e compreensão compartilhada vence o desejo de ser amado, apreciado e inundado de elogios. Certamente queremos amor e admiração, mas tão importante, também queremos ser conhecidos e compreendidos.[53]

Se nossos amigos íntimos e parceiros românticos seguirem de perto o manual de estratégia de Dale Carnegie, isso pode custar nossa capacidade de confiar que serão honestos conosco. Se o elogio deles é dissonante com quem pensamos que somos, podemos concluir que eles realmente não nos conhecem - ou podemos ficar com a suspeita de que eles estão tentando nos manipular.

A percepção do motivo do elogio, portanto, influencia o modo como responderemos à pessoa que nos elogia. Jason Lawrence e seus associados[54] fizeram com que estudantes universitárias negras fizessem um teste difícil. Na metade das vezes, a mulher branca que avaliou o teste simplesmente escreveu o número correto no teste (14/12); mas para a outra metade, ela acrescentou as palavras "Ótimo trabalho!" Embora o elogio tenha feito os alunos se sentirem bem com seu desempenho, eles pareceram desconfiados do avaliador que os elogiou, classificando-a como significativamente menos educada do que seu colega que apenas registrou a pontuação. Adicionar “ótimo trabalho” sugeriu a eles que seu avaliador ficou surpreso com seu alto desempenho, talvez refletindo preconceito racial. O elogio funcionou como uma recompensa em um sentido, mas também parecia minar a confiança dos participantes no teste em seu avaliador.

Como você pode ver, as pessoas gostam de ser elogiadas e tendem a gostar da pessoa que as elogia, mas também não gostam de ser enganadas ou condescendidas. Se o elogio for muito generoso (“Essa é a melhor redação que já li em toda a minha vida!”), Se sugerir surpresa (“Ótimo trabalho - não fazia ideia de que você era inteligente!”), Ou se parece queo elogioso está sendo insinuante por um motivo oculto, então o elogio pode sair pela culatra. Em um experimento de Edward Jones,[55] participantes gostaram mais dos avaliadores que os elogiavam do que dos que eram negativos, mas houve uma queda acentuada no gosto pelos avaliadores cujo elogio veio com um possível motivo oculto. Portanto, o velho ditado “a bajulação não levará você a lugar nenhum” está errado. Como disse Jones, “a bajulação o levará a *algum lugar* ” - mas não a todos os lugares.

Favores, assim como elogios, podem ser considerados recompensas, e tendemos a gostar de pessoas que nos fazem favores - mas, como acontece com o elogio, não se

pensarmos que esses favores vêm com amarras. Essas cadeias de caracteres constituem uma ameaça à liberdade do receptor.[56] As pessoas não gostam necessariamente de presentes se se sentem obrigadas a retribuir; e não gostam de receber favores de pessoas que podem se beneficiar deles. Se você fosse professor, talvez gostasse de receber presentes de seus alunos se achasse que eles o faziam por respeito, afeto ou diversão; mas você provavelmente se sentirá desconfortável se um aluno limítrofe lhe presentear com um presente caro pouco antes de você dar uma nota em seu trabalho de conclusão de curso.

Para um rato faminto ou uma pessoa faminta, uma tigela de cereal seco é uma recompensa, e é uma recompensa durante o dia ou à noite, no inverno ou no verão, se oferecida por um homem ou por uma mulher. Para uma pessoa que está se afogando, uma lancha de resgate é uma recompensa em todas as circunstâncias. Essas recompensas são *trans-situacionais* . Mas na maioria dos domínios de nossas vidas, se os elogios e favores funcionam ou não como recompensas depende da *situação específica* ; às vezes, elogiadores ou fazedores de favores tornam-se menos atraentes do que teriam sido se mantivessem a boca fechada ou as mãos nos bolsos. É por isso que o conselho de Dale Carnegie nem sempre é válido. Se você quer que alguém goste de você, fazer um favor a ele como uma técnica de gratidão pode não dar certo. Em vez disso, você pode tentar obter a outra pessoa para fazer *você* um favor. Lembre-se de que, no Capítulo 3 , descrevi um fenômeno denominado justificação da crueldade. Se os indivíduos prejudicam outra pessoa, eles freqüentemente tentarão justificar seu comportamento culpando ou denegrindo a vítima. Mas o processo de justificação também deve funcionar com atos bondosos. Se você fizer um favor a alguém, tentará justificar essa ação convencendo-se de que o destinatário de seu favor é uma pessoa atraente, simpática e merecedora. Com efeito, você dirá a si mesmo: “Por que diabos eu fiz todo esse esforço (ou gastei todo esse dinheiro, ou gastei todo esse tempo ajudando-o na mudança) por William? Porque Will é uma pessoa maravilhosa - é por isso! ”

Essa noção não é nova. Em 1869, um dos maiores romancistas do mundo, Leo Tolstoy, escreveu em seu romance *Guerra e paz* : “Não amamos as pessoas tanto pelo bem que nos fizeram, mas pelo bem que lhes fizemos”. Um século antes da observação de Tolstói, Benjamin Franklin[57] usaram essa estratégia como uma manobra política, com aparente sucesso. Perturbado pela oposição política e animosidade de um membro da legislatura estadual da Pensilvânia, Franklin decidiu conquistá-lo.

Eu não ... pretendia ganhar seu favor prestando qualquer respeito servil a ele, mas, depois de algum tempo, usei esse outro método. Tendo ouvido dizer que ele tinha em sua biblioteca um certo livro muito raro e curioso, escrevi uma nota para ele expressando meu desejo de folheá-lo e pedindo que me fizesse o favor de emprestá-lo por alguns dias. Ele o enviou imediatamente e eu o devolvi em cerca de uma semana com outra nota expressando fortemente meu sentimento de favor. Quando nos encontramos novamente na Casa, ele falou comigo (o que nunca havia feito antes), e com grande civilidade; e ele desde então manifestou disposição para me servir em todas as ocasiões, de modo que nos tornamos grandes amigos e nossa amizade continuou até a sua morte. Este é outro exemplo da verdade de uma velha máxima que aprendi, que diz: "Aquele que uma vez te

fez uma bondade estará mais pronto para fazer outra do que aquele a quem você mesmo agradou."

Benjamin Franklin estava obviamente satisfeito com o sucesso de sua manobra, mas os cientistas não ficariam totalmente convencidos, porque não está claro se seu sucesso foi por causa de sua estratégia de fazer um favor a você ou a qualquer um dos muitos aspectos encantadores de sua personalidade. Para saber o motivo, é necessário um experimento bem controlado. Cerca de 230 anos depois que Franklin pegou o livro emprestado, Jon Jecker e David Landy[58] conduziram exatamente esse tipo de experimento. Os alunos concluíram uma tarefa que lhes permitiu ganhar uma quantia substancial de dinheiro. Após o término do experimento, alguns participantes foram abordados pelo experimentador, que explicou que estava usando seus próprios fundos para o experimento e estava ficando curto, o que significaria que ele poderia ser forçado a interromper o experimento. Ele perguntou: "Como um favor especial para mim, você se importaria de devolver o dinheiro que ganhou?" Outro grupo de participantes foi abordado pela secretária departamental, que lhes perguntou se devolveriam o dinheiro como um favor especial ao fundo de pesquisas do departamento de psicologia, que estava acabando. Os demais participantes não erampediu para devolver seus ganhos. Finalmente, todos os participantes preencheram um questionário, que incluía a oportunidade de expressar seus sentimentos sobre o experimentador. Aqueles que foram persuadidos a lhe fazer um favor especial gostaram mais dele; tendo feito um favor a ele, eles foram motivados a vê-lo como um sujeito decente e merecedor, digno de seu sacrifício.

A Teoria Ganho-Perda da Atração

Imagine que você conheceu seu contato do OKCupid em um bar e gostaram um do outro. Você está tendo uma conversa animada. Depois de um tempo, você pede licença para ir ao banheiro e, ao voltar, ouve essa pessoa falando sobre você ao telefone. Então, naturalmente, você faz uma pausa para ouvir. Se você se ouvir descrito como brilhante, espirituoso, charmoso e quente, meu palpite é que seu gosto por essa nova pessoa aumentará. Se você se ouvir descrito como enfadonho, chato e nada sexy, meu palpite é que seu gosto vai murchar. Não é de se surpreender, já que você sempre soube que quanto mais coisas boas ouvimos sobre nós mesmos, mais gostamos do palestrante (a menos que ele esteja tentando nos enganar) e quanto mais coisas ruins ouvimos sobre nós mesmos, mais não gostamos a pessoa que as diz. Todo mundo sabe disso - mas não é verdade.

Há alguns anos, desenvolvi uma teoria da atração interpessoal, chamada **teoria** do **ganho-perda** , que faz uma previsão diferente.[59] Minha teoria sugere que *aumentos* no comportamento positivo e recompensador de outra pessoa têm mais impacto sobre nós do que o comportamento constantemente recompensador dessa pessoa. Gostaremos de alguém cujo gosto por nós aumenta com o tempo mais do que os bons e velhos Fred ou Molly, que sempre gostaram de nós. Isso será verdade mesmo que o bom e velho Fred ou Molly realmente forneçam mais recompensas, favores e elogios do que a nova pessoa. Da mesma forma, não gostaremos de alguém cuja estima por nós *diminui* mais com o tempo do que Frank ou Moira, que sempre não gostaram de nós. A teoria prevê que você vai gostar mais de alguém em uma *situação de ganho* (onde a pessoa começa por não

gostar de você e gradualmente passa a gostar mais de você), e você vai gostar menos da pessoa em uma *situação de perda* (onde a pessoa começa por gostar de você e gradualmente começa a não gostar de você).

teoria de ganho-perda:

a teoria de que aumenta o comportamento positivo e recompensador de outra pessoa tem mais impacto do que o comportamento constantemente recompensador, e que as perdas no comportamento positivo têm mais impacto do que o comportamento negativo constante de outra pessoa

Para testar minha teoria, eu precisava de um análogo experimental da barra. Seria fundamental que o participante tivesse absoluta certeza de que a pessoa que está avaliando está totalmente inconsciente de estar sendo ouvido por acaso.(Se o participante suspeitasse do avaliador de lisonja intencional, o experimento estaria acabado.) Em colaboração com Darwyn Linder,[60] Eu descobri uma situação verossímil em que, em um período relativamente breve, o participante interage com um cúmplice pré-programado, escuta enquanto o cúmplice o avalia para um terceiro, se envolve em outra conversa com o cúmplice, escuta novamente, conversa novamente, escuta novamente, e assim por diante, através de vários pares de tentativas. Fornecer uma história de cobertura sensata que evitasse as pessoas de suspeitarem pareceria impossível, mas nós o fizemos, com imaginação e obstinada persistência.

Tínhamos quatro condições experimentais: (1) positiva - as avaliações sucessivas de cada mulher feitas pelo cúmplice foram todas altamente positivas; (2) negativo - as avaliações sucessivas foram todas altamente negativas; (3) ganho - as primeiras avaliações eram negativas, mas gradativamente iam se tornando mais positivas, chegando a um nível igual ao nível das avaliações positivas na condição positiva; e (4) perda - as primeiras avaliações foram positivas, mas gradualmente tornaram-se negativas, nivelando-se em um ponto igual às avaliações negativas na condição negativa.

Os resultados confirmaram nossas previsões: as mulheres na condição de ganho relataram na entrevista pós-experimental que gostaram do cúmplice significativamente mais do que aquelas na condição positiva; as mulheres na condição de perda não gostavam do cúmplice mais do que aquelas na condição negativa. Em suma, um único ganho tem mais impacto sobre o gosto do que um conjunto de eventos que são todos positivos, e uma única perda tem mais impacto do que um conjunto de eventos que são todos negativos. O filósofo Baruch de Spinoza[61] pode ter tido algo parecido com este processo em mente quando, cerca de 300 anos atrás, ele observou:

O ódio que é completamente vencido pelo amor se transforma em amor, e o amor é então maior do que se o ódio não o tivesse precedido. Pois aquele que começa a amar uma coisa que costumava odiar ou encarar com dor, pelo próprio fato de amar, sente prazer. A esse prazer envolvido no amor é adicionado o prazer que surge da ajuda dada ao esforço para remover a dor envolvida no ódio.

Duas condições são necessárias para que o efeito de ganho-perda seja operativo. Em primeiro lugar, não é qualquer sequência de afirmações positivas ou negativas que constitui um ganho ou perda; deve haver uma sequência integrada que implique uma verdadeira mudança de coração.[62] Se você me disser que me acha estúpido e insincero, e

depois me disser que pensaSou generoso e atlético, isso não constitui ganho na minha definição. Mas se você me disser que me acha estúpido e insincero, mas depois disser que mudou de ideia - que agora acredita que sou inteligente e sincero - este é um verdadeiro ganho porque indica uma reversão, uma substituição de uma atitude negativa com seu oposto. Em segundo lugar, a mudança de coração deve ser gradual. Se, do nada, de repente, você me disser que sua opinião sobre mim acabou de mudar 180 °, é provável que reaja com confusão e suspeita, especialmente se não vejo razão para você ter mudado de ideia a meu respeito. “Você pensou que eu era muito estúpido nas três primeiras vezes que nos conhecemos, mas agora você acha que sou brilhante? O que exatamente você quer de mim? ” Uma mudança gradativa faz sentido e me tranquiliza, aumentando meu gosto por você.[63]

Eu nunca teria imaginado que a teoria do ganho-perda acabaria sendo usada como uma técnica de sedução, mas foi. Há alguns anos, o jornalista Neil Strauss se infiltrou no mundo dos pick-ups, homens que têm sucesso em seduzir mulheres atraentes apesar de não possuírem grande parte das características da atração romântica: confiança, aparência, riqueza, status, charme ou, no caso de Strauss , cabelo. Em seu livro *The Game* , ele detalhou os truques que induzem as mulheres a ignorar esses déficits e dizer sim aos homens pelos quais não são imediatamente atraídas. Uma tática em particular - negging - chamou minha atenção, porque depende do fenômeno de ganho-perda. Para *neg* significa que alguém para iniciar o contato com um insulto leve, muitas vezes sob a forma de um elogio. (Por exemplo, “Nossa, esses sapatos devem ser confortáveis, já que são feios”.) Teoricamente, negar tem dois efeitos. Primeiro, ele distingue o falante de todos os outros pretendentes que se aproximam da mulher com elogios; isso o faz parecer interessante. Em segundo lugar, é um golpe na auto-estima da mulher, o que pode fazer com que ela deseje a aprovação do insultante, o que por sua vez a motiva a tentar obtê-la passando mais tempo com ele. Ela então sente uma calorosa gratificação ao ser capaz de mudar a opinião dele, aparentemente negativa, por uma opinião superior. É um truque tortuoso e, segundo Strauss, bom para iniciar uma conversa com uma mulher ou até mesmo levá-la para casa com o cara. Mas é a base para um bom relacionamento? Acho que não. De fato, no final do livro de Strauss, ele se apaixona por uma mulher, em parte porque ela não respondeu a nenhuma de suas táticas.

Precisamente. Eu diria que relacionamentos que dependem de truques, em vez de autenticidade, estão fadados ao fracasso, um ponto que Straussarticulado ao discutir sua sequência apropriadamente chamada de *The Game* , que ele chamou de *The Truth* : “ *The Game* era sobre estar nesta relação de poder - tudo bem, você está seguro porque está no controle, você não está sendo vulnerável. ” Você pode se sentir seguro, ele acrescenta, mas “Não há como você ter intimidade com isso”.[64]

Relações Comunais e de Troca

Os relacionamentos diferem em todos os tipos de aspectos, variando na proximidade do “amigo” do Facebook que você nunca conheceu pessoalmente a um amigo de longa data que você conheceu desde o jardim de infância a um parceiro íntimo; e nosso comportamento em todos esses relacionamentos difere de acordo. Suponha que você esteja compartilhando um apartamento com um amigo casual que chamaremos de Jackie. Jackie quase nunca lava a louça, esvazia o lixo ou arruma a sala de estar. Se você deseja

uma casa limpa e organizada, geralmente precisa fazer essas coisas sozinho. Meu palpite é que, depois de um tempo, você pode ficar chateado e se sentir enganado. Ah, mas suponha que Jackie seja um amigo muito especial. Você ainda se sentiria roubado? Talvez, mas talvez não. Depende do que queremos dizer com "muito especial". E se Jackie fosse seu parceiro de vida?

Margaret Clark e Judson Mills[65] fez uma distinção importante entre dois tipos fundamentalmente diferentes de relacionamentos, *relacionamentos de troca* e *relacionamentos comunitários* . Nas **relações de troca** , as pessoas envolvidas se preocupam com a reciprocidade e em garantir que algum tipo de equidade seja alcançado, que haja justiça na distribuição das recompensas e custos a cada um dos parceiros. Nesse tipo de relacionamento comercial, se houver um grande desequilíbrio, ambas as pessoas ficarão infelizes; a pessoa que recebe menos do que contribui sente-se zangada ou deprimida, e a pessoa que recebe mais do que contribui geralmente se sente culpada.[66] Em contraste, um **relacionamento comunitário** é aquele em que nenhum dos parceiros está registrando o placar. Em vez disso, uma pessoa estará inclinada a dar em resposta às necessidades do outro e receberá prontamente o mesmo tipo de cuidado quando estiver se sentindo carente.

relações de troca:

relacionamentos nos quais as pessoas envolvidas desejam garantir que algum tipo de equidade seja alcançado e que as recompensas e custos para cada um dos parceiros sejam distribuídos de forma justa

relacionamento comunal:

relacionamentos em que nenhum dos parceiros está marcando pontos, sentindo que, a longo prazo, alguma aparência de equidade ocorrerá

Embora os parceiros em um relacionamento comunitário não estejam totalmente despreocupados em alcançar a equidade em geral - *é* importante que ambas as partes sintam que o relacionamento é justo, equilibrado e recíproco[67] - eles estão tranquilos quanto a isso e têm fé de que, a longo prazo, as coisas vão se equilibrar. Essas questões são difíceis de estudar cientificamente. No entanto, Clark e Mills, junto comDavid Corcoran,[68] fizeram alguns experimentos inteligentes que conseguiram capturar a essência dessa distinção. Em um experimento, cada participante foi emparelhado com um amigo muito próximo ou um estranho. O parceiro foi então levado para outra sala para trabalhar em uma tarefa complexa. Metade dos participantes foi informada de que, se seu parceiro precisasse de ajuda, eles sinalizariam acionando um interruptor que mudava o padrão de luzes na sala do participante. A outra metade foi informada de que o sinal significava apenas que seu parceiro estava bem, não precisava de ajuda e logo completaria a tarefa por uma recompensa que ambos compartilhariam. Os experimentadores então observaram a frequência com que os participantes olhavam para as luzes para ver se seu parceiro estava sinalizando para eles. Se o parceiro fosse um estranho (relação de troca), eles passavam muito mais tempo olhando para as luzes quando eram informados de que isso significava que poderiam estar recebendo uma recompensa; se o parceiro fosse um amigo íntimo (relacionamento em comunidade), eles passavam muito mais tempo olhando as luzes quando achavam que isso significava que

seu parceiro poderia precisar de ajuda. Em suma, mesmo neste ambiente científico estéril, os pesquisadores foram capazes de mostrar que as pessoas em relacionamentos comunitários estão ansiosas para atender às necessidades de seus parceiros.

Quanto mais próxima e íntima for a relação - entre bons amigos e também entre parceiros - mais comunal ela se torna. Clark e Mills sugeriram que acordos pré-nupciais, nos quais as pessoas prestes a se casar especificam precisamente o que esperam de seu parceiro no caso de o relacionamento falhar - e, cada vez mais, o que esperam que seu parceiro faça enquanto o relacionamento existir - são mais propensos a minar do que aumentar a intensidade de seus sentimentos um pelo outro. Mesmo em amizades não românticas, um enfoque explícito na equidade pode ter um efeito deprimente sobre os sentimentos. Certa vez, um amigo meu conheceu um novo conhecido para jantar, divertiu-se muito e pensou consigo mesmo que aquele era o início de uma bela amizade. “Quando a conta chegou, comecei a pegar minha carteira, planejando pegar o cheque inteiro, pensando: 'Somos bons amigos agora, ele vai pegar o cheque na próxima vez que nos encontrarmos'”, disse meu amigo. “'Mas então ele começa a repassar a conta, calculando até o último centavo o que cada um de nós deve, notando que eu pedi uma bebida mais cara e que comi mais sushi do que ele e, portanto, devia mais da metade. Isso arruinou completamente os sentimentos que eu tinha por ele '”. Alguém que conta cada pequena coisa que eles dão e cada pequena coisa que recebem de volta está dizendo à outra pessoa que eles querem um relacionamento de troca em vez de um relacionamento comunitário.

Amor: o que é e como acontece?

Dados todos os fatores que consideramos que unem as pessoas, vamos nos voltar agora para aquela experiência complexa e deliciosa que chamamos de amor. Dado que gostar e amar compartilham alguns dos mesmos antecedentes principais, isso significa que o amor é simplesmente uma versão mais intensa de gostar? Não há algo especial no amor?

Quase todos os pesquisadores do amor fazem uma distinção entre dois tipos básicos de amor romântico: apaixonado e companheiro.[69] **O amor apaixonado** é caracterizado por fortes emoções, alegria, desejo sexual insaciável e intensa preocupação com a pessoa amada. Muitos descrevem o amor apaixonado como literalmente um estado alterado de consciência, como aquele produzido pela maconha ou pelo álcool. [70] O casal está, na verdade, sob o efeito de drogas: o cérebro é inundado com dopamina, o mesmo neurotransmissor que é liberado com a cocaína, produzindo euforia, inquietação, insônia e perda de apetite. “Apaixonar-se” proporciona uma adrenalina que fisiologicamente não é muito diferente de comer chocolate e ganhar na loteria; de fato, quando os jogadores ganham ou as pessoas estão absorvendo seu chocolate favorito, seus cérebros mostram atividade aumentada em áreas ricas em dopamina.[71]

amor apaixonado:

um amor caracterizado por fortes emoções, desejo sexual e intensa preocupação com a pessoa amada

Como todas as drogas, porém, a euforia do amor apaixonado passa depois de cerca de um ano a 18 meses. Se o relacionamento for sólido, o **amor companheiro** surge para tomar seu lugar - uma experiência mais branda e estável, marcada por sentimentos de

confiança mútua, confiabilidade e cordialidade. Comparado com a intensidade tipicamente curta da paixão romântica, o amor companheiro geralmente dura mais e se aprofunda com o tempo. Os amantes companheiros sentem-se à vontade para falar um com o outro sobre qualquer coisa e se sentem profundamente compreendidos um pelo outro. Assim, se o amor apaixonado é como a cocaína, o companheirismo é mais como uma taça de vinho fino - algo delicioso e prazeroso, mas com menos palpitações cardíacas e menos mania.

amor companheiro:

um amor que é uma experiência mais branda e estável, marcada por sentimentos de confiança mútua, confiabilidade e cordialidade

Embora estar em um estado de amor romântico seja certamente empolgante, você provavelmente não quer tomar decisões com consequências de longo e longo alcance enquanto estiver sob sua influência! De fato, em seu livro *The Happiness Hypothesis* , Jonathan Haidt[72] identifica dois pontos de perigo em todo relacionamento romântico. Um está no auge da fase do amor apaixonado, quando os parceiros em um estado de excitação selvagem mergulham de cabeça. Alimentados pelo amor apaixonado, querendo estar juntos a cada segundo, eles vão morar juntos ou se casam muito rapidamente. Às vezes, esses casais são capazes de fazer a transição deo palco apaixonado para o companheiro. Mas se, neste momento crucial, eles acreditarem que o único amor verdadeiro é o tipo definido pela obsessão, paixão sexual e emoção ardente, eles podem decidir que estão sem amor quando a fase inicial de atração desaparecer, como eventualmente deve - e eles ficarão repetidamente desapontados. Filósofo Robert Solomon[73] argumentou que, "Nós concebemos [o amor] falsamente ... Esperamos uma explosão no início poderosa o suficiente para alimentar o amor em todos os seus altos e baixos, em vez de ver o amor como um processo sobre o qual temos controle, um processo que tende a aumentar com o tempo, em vez de diminuir. ”

O segundo ponto de perigo, portanto, ocorre quando o amor apaixonado começa a desaparecer. À medida que os casais perdem a sensação inicial, eles começam a notar as falhas do parceiro amado, que de alguma forma eles conseguiram ignorar. Eles param de enviar mensagens de texto ou textos apaixonados e apenas enviam lembretes para alimentar o gato. Haidt argumenta que, quando um casal chega a esse estágio, eles devem ser pacientes. Com sorte, se eles se permitirem investir mais na outra pessoa, eles podem encontrar-se com um companheiro de vida verdadeiramente maravilhoso. Mas acho que é preciso mais do que sorte, e não acho que o amor companheiro exija o sacrifício da paixão. Que fatores permitem uma transição suave da descoberta romântica inicial e intensa para um caso apaixonado, satisfatório e íntimo para toda a vida?

Para responder a essa pergunta, vamos evitar os livros de autoajuda e anúncios de feromônios e poções do amor e considerar as descobertas de três áreas de pesquisa não óbvias: a influência de nossas teorias implícitas do amor; os efeitos de nossa habilidade ou incapacidade de nos apegarmos com segurança; e o que podemos fazer para compensar a perda da fase inicial de desejo intenso.

Teorias implícitas do amor Quando eu era adolescente, meus amigos e eu nos agarramos à noção romântica de que havia um, e apenas um, amor verdadeiro com quem

deveríamos passar nossas vidas em êxtase apaixonado. (E, como observei antes, não tínhamos como conhecer milhares de pessoas em aplicativos de namoro.) Essa crença era alimentada pelas canções populares da época. Então, eu sabia que “uma noite encantada”, eu “veria uma estranha em uma sala lotada” e “uma vez que a encontrasse, [eu] nunca a deixaria ir”. Eu poderia então dançar com ela, abraçá-la e sussurrar em seu ouvido: “Eu fui feito para você, você foi feito para mim; Estou satisfeito, os anjos devem ter enviado você, e eles queriam você apenas para mim. "

Meus amigos e eu não éramos incomuns em sustentar a teoria do amor da “alma gêmea”, a crença de que um dia a pessoa perfeita viria, o companheiro de vida ideal. Muitos jovens tinham essa crença naquela época e muitos a têm agora. Essa era nossa *teoria implícita* de amor e relacionamentos, e governava nosso comportamento e como nossos romances se desenrolavam. Outros casais (e culturas) têm diferentes teorias implícitas: Alguns pensam no amor como algo que se aprofunda com o tempo, que você tem que “resolver” os problemas e que os relacionamentos são mais sobre crescimento e esforço do que sobre ter uma combinação perfeita desde o início . Esse é certamente o pressuposto por trás dos casamentos arranjados, em que os casais presumem que o amor é o que se desenvolve muito depois do casamento.[74] Como Ansari descreve o casamento arranjado de seus pais indianos:

[Meu pai] disse aos pais que estava pronto para se casar, então sua família arranjou encontros com três famílias vizinhas. A primeira garota, disse ele, era "um pouco alta demais" e a segunda, "um pouco baixa demais". Então ele conheceu minha mãe. Ele rapidamente deduziu que ela tinha a altura apropriada (finalmente!), E conversaram por cerca de 30 minutos. Eles decidiram que iria funcionar. Uma semana depois, eles se casaram.

E ainda são, 35 anos depois. Felizmente, e provavelmente mais do que a maioria das pessoas que conheço que tiveram casamentos não arranjados.

Uma extensa pesquisa descobriu que os pais de Ansari não são incomuns;[75] eles, como a maioria dos outros casais em casamentos arranjados, acabam sendo tão felizes quanto casais que começam em um delírio de paixão romântica, com estrelas nos olhos e luxúria em todos os outros lugares.

Acontece que nossas teorias implícitas de amor podem melhorar ou prejudicar nossos relacionamentos. Spike WS Lee e Norbert Schwarz[76] compararam almas gêmeas que enquadram o amor como unidade ("Fomos feitos um para o outro", "Ela é minha outra metade") e pessoas que trabalham fora que enquadram o amor como uma jornada ("Veja o quão longe chegamos , ”“ Já passamos por todas essas coisas juntos ”). Essas duas maneiras de pensar sobre os relacionamentos, eles descobriram, afetam a maneira como os parceiros administram o efeito potencialmente prejudicial dos conflitos. Afinal, se duas pessoas foram realmente feitas no céu uma para a outra, se elas são “uma só alma”, por que deveriam ter conflitos? E se eles têm um conflito, isso deve significar que eles não são uma alma, afinal. Em um experimento, Lee e Schwarz fizeram com que pessoas com relacionamentos de longo prazo respondessem um questionário de conhecimento que incluía expressões relacionadas à unidade ou jornada e, em seguida, relembram conflitos ou celebrações com seusparceiro romântico e, finalmente, avaliar seu relacionamento.

Como previsto, relembrar conflitos fez com que aqueles que mantinham um estado de espírito unificado se sentissem menos satisfeitos com seu relacionamento - mas para as pessoas que se viam em uma jornada juntas, os conflitos não afetaram seu nível de satisfação.

Um estudo longitudinal por C. Raymond Knee[77] descobriram que a ligação entre satisfação e tempo juntos era mais forte para aqueles que acreditam no destino romântico, mas também estava associada a estratégias de evitação no enfrentamento de estressores. Relacionamentos “Destiny” são mais felizes em mares calmos, mas quando uma tempestade surge, seu barco do amor afunda. Esses casais acham difícil permanecer satisfeitos no relacionamento quando, como inevitavelmente acontece, o parceiro não atende mais aos padrões ideais. Em contraste, os casais que sustentam uma teoria implícita sobre o amor como crescimento se esforçam mais em estratégias de enfrentamento. Com o tempo, eles ficam mais satisfeitos, mesmo quando relatam que o parceiro já não atende mais ao seu ideal original. Eles *esperam que* o parceiro evolua e mude com o tempo e têm uma noção melhor da natureza temporária das crises de relacionamento. Para casais do tipo “vamos resolver”, os conflitos não têm relação com a avaliação da qualidade do relacionamento; pelo contrário, são motivados a discutir os problemas com o parceiro e a consertar quaisquer costuras desgastadas em sua conexão.

Apego seguro Depois de encontrar alguém para amar, você se sente feliz e seguro ou começa a se preocupar imediatamente com a possibilidade de a pessoa amada abandoná-lo no Starbuck's? De acordo com Phillip Shaver, Cindy Hazan e Mario Mikulincer,[78] adultos podem ser seguros, ansiosos ou evasivos em seus apegos. Amantes com *apego* seguro raramente ficam com ciúmes ou preocupados em serem rejeitados. Eles são mais compassivos e prestativos do que pessoas com apego inseguro e são mais rápidos em compreender e perdoar seus parceiros se eles fizerem algo impensado ou irritante. Amantes *ansiosos* estão sempre agitados com seus relacionamentos; eles querem estar próximos, mas temem que seus parceiros os deixem. Outras pessoas costumam descrevê-los como “pegajosos”, e pode ser por isso que têm mais probabilidade do que amantes seguros de reclamar que sofrem de um amor não correspondido. Pessoas *evitativas* desconfiam e frequentemente evitam ligações íntimas completamente. Se estão em um relacionamento, tendem a ficar distantes, sinalizando para o parceiro se manter afastado, justamente quando a intimidade mais os ajudaria, como após uma lesão, contratempo ou fracasso no trabalho.[79]

De acordo com a teoria do amor do apego, os estilos de apego característicos das pessoas derivam em parte de como seus pais cuidavam delas.[80] Em seus primeiros anos, as crianças formam “modelos internos de trabalho” de relacionamento: Posso confiar nos outros? Sou digno de ser amado? Meus pais vão me deixar? Se os pais de uma criança são frios e rejeitadores e fornecem pouco ou nenhum conforto emocional e físico, a criança aprende a esperar que os outros relacionamentos sejam iguais. Em contraste, se os filhos criam vínculos seguros e confiáveis com os pais, eles confiam mais nos outros, esperando formar outros vínculos seguros com amigos e amantes na idade adulta.[81] No entanto, o próprio temperamento e as predisposições genéticas da criança também podem ajudar a explicar a consistência dos estilos de apego desde a infância até a idade

adulta, bem como os modelos de relacionamento que se formam durante a infância.[82] Uma criança com temperamento medroso ou difícil pode rejeitar até mesmo os esforços dos pais mais bondosos para consolá-la. Essa criança pode, portanto, começar a se sentir ansiosa ou ambivalente em seus relacionamentos adultos.

O Estudo Longitudinal de Risco e Adaptação de Minnesota[83] acompanhou uma grande amostra de crianças desde o nascimento até a idade adulta, para ver como os primeiros estilos de apego podem criar efeitos em cascata nos relacionamentos adultos. Crianças que são maltratadas e não têm apegos seguros podem acabar em um caminho que dificulta relacionamentos firmes. Quando crianças, eles têm problemas para controlar as emoções negativas; como adolescentes, eles têm dificuldade em lidar e se recuperar de conflitos com seus colegas; como adultos, eles tendem a se "proteger" tornando-se os parceiros menos comprometidos em seus relacionamentos. Ao fazer isso, eles criam - como agora você pode prever - sua própria profecia autorrealizável: Eu sou inseguro, então duvido que você realmente me ame, então não noto quantas coisas gentis e de apoio você faz por mim , e já que você não está fazendo coisas boas e de apoio por mim, devo estar certo de que você não me ama.[84] Indivíduos com apego inseguro são céticos em relação a elogios genuínos e tendem a atacar em resposta a pequenas transgressões. Com o tempo, seus parceiros muitas vezes se cansam de oferecer repetidas garantias que não são ouvidas. Por meio dessas dinâmicas autorrealizáveis, o medo da rejeição aumenta as chances de realmente ser rejeitado, o que, por sua vez, reforça a visão de que a pessoa não é digna de amor.

No entanto, nem tudo é sombrio para adultos apegados de forma insegura. Se eles tiverem a sorte de entrar em um relacionamento com um parceiro seguro, suas vulnerabilidades em manter uma parceria estável podemser superado.[85] Eli Finkel, um psicólogo que estuda relacionamentos íntimos há muitos anos, conta esta história sobre seu próprio estilo de apego evitativo:

Embora Alison certamente não tenha pedido um marido com tendências evasivas, ela teve que se adaptar. Ela está firmemente apegada, então seu impulso natural quando alguém que ela ama está sofrendo é se aproximar e cuidar. Com o passar dos anos, ela aprendeu a fazer o oposto comigo - a me dar espaço e me curar. Hoje em dia, se eu me dobrar de dor porque bati com os dedos na porta ou fico estranhamente quieta após um contratempo no trabalho, ela mantém distância. Em nossos primeiros anos juntos, minha feroz independência sob coação a magoou, mas aos poucos ela aprendeu que não tem nada a ver com ela. Uma métrica de quanto ela me entende e me ama é sua disposição de deixar que eu me recupere sozinho nessas situações. Sua capacidade de fazer isso também me tornou menos evitativa ao longo do tempo. Sua disposição de me dar espaço quando preciso me deixou menos na defensiva em relação a proteger minha independência.[86]

Finkel passou a fazer pesquisas com Ximena Arriaga e outros,[87] em que descobriram que a capacidade de confiar no parceiro - "ter fé que ele ou ela nos tratará, quando estivermos vulneráveis, de uma forma que seja sensível às nossas necessidades" - prevê uma redução nas tendências de esquiva ao longo do tempo. O exemplo de Finkel, apoiado por pesquisas, mostra que é uma ótima ideia para indivíduos inseguros encontrar um parceiro

com um histórico de apegos seguros, mas, como veremos, esse não é o único remédio para eles.

O dilema do porco-espinho Comparado com os altos e baixos de um caso de amor apaixonado, o ritmo mais estável e previsível de um relacionamento de companheirismo oferece suas próprias recompensas especiais. Os benefícios de um relacionamento próspero e de longo prazo incluem segurança emocional e o conforto inestimável de ser aceito por alguém que conhece suas deficiências, bem como seus pontos fortes.

Além desses enormes benefícios, no entanto, existe um potencial lado sombrio em estar em um relacionamento próximo e de longo prazo.[88] A ironia fundamental é adequadamente expressa nas palavras da balada clássica “You Always Hurt the One You Love”. Por que isso pode ser assim? Lembre-se de nossa discussão anterior sobre a teoria do ganho-perda, o fato bastante surpreendente de que achamos mais recompensador quando os sentimentos inicialmente negativos de alguém em relação a nós tornam-se gradualmente positivos do que se os sentimentos dessa pessoa por nós fossem inteiramente positivos o tempo todo.Por outro lado, tendemos a achar mais nocivo quando uma pessoa que uma vez nos avaliou positivamente lentamente passa a nos ver sob uma luz negativa do que se expressasse sentimentos uniformemente negativos em relação a nós desde o início.

Esse processo sugere que, uma vez que tenhamos certeza do comportamento gratificante de nosso parceiro de longa data, essa pessoa pode se tornar menos eficaz como fonte de recompensa do que um estranho. Sabemos que os ganhos são importantes, mas um amante ou cônjuge de longa data provavelmente está se comportando perto do nível do teto e, portanto, não pode nos proporcionar muito ganho. Mas um ente querido tem grande potencial para nos machucar, retirando o apoio, o apreço e outras recompensas. Quanto mais íntimo o relacionamento e quanto maior a história passada de estima e recompensa invariáveis, mais devastadora é sua retirada. Com efeito, então, o amante de longa data tem mais poder de infligir perdas do que de proporcionar ganho adicional, prejudicando assim a pessoa que ama.

Considere os Dotings, um casal casado há 20 anos. Enquanto se vestem para sair para jantar com os amigos, ele a elogia pela aparência: “Ei, você está ótima”. Ela ouve as palavras dele, que são boas, mas não a enchem de alegria. Ela já sabe que o marido a acha atraente; é bem provável que ela não dê piruetas ao ouvi-lo pela milésima vez. Por outro lado, se o marido amoroso (que no passado sempre estava cheio de elogios) dissesse à esposa que estava começando a considerá-la pouco atraente, ela se sentiria seriamente magoada porque o comentário dele representaria uma perda de seus sentimentos positivos em relação a ela. Então ele para de elogiá-la e ela começa a se sentir ignorada. Felizmente, outras pessoas no mundo podem oferecer-lhe elogios que a façam sentir-se bem consigo mesma - e que, assim, aumentem seus sentimentos positivos em relação a elas. OJ Harvey[89] descobriu que as pessoas reagem mais positivamente aos elogios de estranhos do que aos elogios de amigos, e por que não? A aprovação de um estranho é um ganho e, de acordo com a teoria do ganho-perda, nos faz sentir melhor.

Esses resultados sugerem um quadro bastante sombrio da condição humana; parecemos estar sempre buscando favor aos olhos de estranhos enquanto somos magoados ou desapontados pela familiaridade com nossos amigos e amantes mais íntimos. A solução, como sugeriu o político romano Cícero já em 46 AEC, é transformar essas perdas e mágoas em ganhos emocionantes e novos entendimentos. Como?

A primeira coisa que um casal deve fazer é resolver o *dilema do porco - espinho* : o desejo de alcançar uma intimidade profunda enquanto permanece invulnerável aferido. O termo vem da famosa parábola do filósofo Arthur Schopenhauer:

Em um dia frio de inverno, um grupo de porcos-espinhos se amontoou para se salvar do congelamento pelo calor mútuo. Mas logo eles sentiram as penas mútuas e se separaram. Sempre que a necessidade de calor os aproximava novamente, este segundo mal se repetia, de modo que eles eram jogados para frente e para trás entre esses dois tipos de sofrimento até descobrirem uma distância moderada que se mostrou tolerável ... Com certeza, isso só permite uma satisfação imperfeita da necessidade de calor mútuo, mas também impede a pessoa de sentir a picada das penas.[90]

Os psicólogos investigaram as maneiras como as pessoas tentam alcançar uma solução que satisfaça a necessidade de intimidade e também a necessidade de segurança.[91] Queremos sentir que nosso parceiro verdadeira e profundamente nos compreende e nos aceita - e saber disso sem temer que seremos rejeitados ou abandonados se ele "realmente" entender nossas falhas e erros mais profundos e cruéis. Pessoas com apego inseguro terão uma dificuldade especial em encontrar esse equilíbrio. O mesmo acontecerá com os cônjuges que têm baixa auto-estima e que são altamente sensíveis à rejeição e, portanto, se sentem indignos de amor. Sandra Murray e John Holmes[92] descobriram que, como tais indivíduos temem a rejeição, eles tendem a colocar a autoproteção acima da autorrevelação; eles colocam suas penas, e assim perdem o calor da conexão que eles adorariam ter.

Viver com outra pessoa requer inúmeros sacrifícios e compromissos, desde que filme ver até como você criará seus filhos. Quando surge um evento que pode causar discórdia, nossas percepções do respeito de nosso parceiro por nós influenciam como respondemos: recuar e proteger nosso interesse próprio ou admitir vulnerabilidade e buscar conexão? Os casais devem escolher entre seguir um caminho mais arriscado, mas mais honesto, que aprofunde o vínculo com seu parceiro - e proporcione muitos novos *ganhos* emocionais - ou seguir um caminho que os proteja de mais danos - mas aumenta a probabilidade de novas *perdas* . Nos relacionamentos, como em muitas coisas na vida, mais risco é igual a mais recompensa potencial.[93]

Embora o Sr. Amoroso tenha grande poder de magoar a esposa ao criticá-la, devido à importância do relacionamento deles, ela é capaz de ouvir com atenção e responder a essas críticas e estará inclinada a fazer algumas mudanças para reconquistar o interesse dele. O reverso étambém é verdade: se a Sra. Doting mudasse repentinamente sua opinião elevada sobre o Sr. Doting, ele provavelmente prestaria muita atenção e, eventualmente, tomaria medidas para recuperar a aprovação dela. Um relacionamento se torna verdadeiramente criativo e continua a crescer quando ambos os parceiros resolvem os conflitos não os encobrindo, como costumam fazer os casais com a teoria do amor de

uma alma gêmea, mas esforçando-se para crescer e mudar de maneira criativa. Nesse processo, a **autenticidade** - a liberdade de compartilhar seus verdadeiros sentimentos e crenças (mesmo os negativos) com seu parceiro - é a chave para evitar uma queda na estagnação mortal. Isso reduz a probabilidade de um relacionamento terminar em um platô sombrio, como aquele para o qual os Dotings estão se dirigindo. Quando as pessoas suprimem seus aborrecimentos e guardam seus sentimentos negativos e opiniões verdadeiras para si mesmas, muitas vezes acabam em um patamar frágil que parece estável e positivo, mas que pode ser devastado por uma mudança repentina de sentimento.

autenticidade:

nossa capacidade de desistir de causar uma boa impressão e começar a revelar coisas honestas sobre nós mesmos

Casais em um relacionamento autêntico não chegam a esse platô plano. Em vez disso, há um ziguezague contínuo de sentimento em torno de um ponto de consideração mútua relativamente alta. Em um relacionamento desse tipo, os parceiros estão razoavelmente próximos da condição de ganho do experimento de ganho-perda. É necessária uma troca de aspectos íntimos de *si mesmo* , tanto positivos quanto negativos. Em geral, gostamos mais de uma pessoa depois que revelamos algo importante sobre nós - mesmo que seja desagradável - e quando ela nos honra revelando algo íntimo e negativo sobre si mesma.[94]

Um fator essencial para manter o amor é a crença de que nossos parceiros nos compreendem e nos apoiam; eles confiam em nós, se preocupam conosco, sentem-se seguros conosco, sabem o que é importante para nós, nos ajudarão ativamente a atender às nossas necessidades e, principalmente, sabem quem somos em nossa essência. É isso que nos permite não apenas amar o outro, mas também nos sentir amados, de uma forma que nos conecta com nossos parceiros mesmo quando eles não estão conosco. Essa sensação fundamental de ser compreendido prediz sentimentos de bem-estar, segurança e adaptação melhor do que indicadores comportamentais práticos, como quem está fazendo o quê em casa.[95]

Pessoas que apoiam umas às outras em momentos de necessidade e estresse têm mais probabilidade de ter um relacionamento saudável do que as pessoas que não o fazem. Mas e quando as coisas correrem bem? Acontece que um forte indicador de felicidade em um relacionamento íntimo não é apenas a capacidade de cada parceiro de estar ao lado do outro em momentos de dificuldade, mas também em momentos de sucesso. Shelley Gable e seus associados[96] descobriram que pessoas que receberam respostas positivas de seus parceiros românticos quando elesestavam descrevendo um triunfo recente (“Que notícia fantástica! Eu sabia que você conseguiria! Vamos comemorar imediatamente!”) ficaram mais felizes com seu relacionamento vários meses depois do que aqueles que receberam respostas menos entusiasmadas (“Bom trabalho, querida. O que há para o jantar ? ”). E isso faz sentido. Em muitos relacionamentos, o triunfo de um parceiro pode trazer emoções confusas; a alegria pode ser tingida de inveja. A pesquisa de Gable sugere que os casais são mais felizes quando qualquer inveja que possa haver é ofuscada pela alegria.

Para resumir, os dados indicam que, à medida que um relacionamento se move em direção a uma maior intimidade, o que se torna cada vez mais importante para a contínua paixão, compromisso e crescimento é a autenticidade: nossa capacidade de desistir de tentar causar uma boa impressão e começar a revelar coisas sobre nós mesmos e sobre o relacionamento que são honestos, mesmo que desagradáveis. Autenticidade implica vontade de comunicar uma ampla gama de sentimentos a nossos amigos e entes queridos, em circunstâncias apropriadas e de maneiras que reflitam nosso carinho.

Intimidade, autenticidade e comunicação

Embora a comunicação honesta com os entes queridos tenha efeitos benéficos, o processo não é tão fácil quanto pode parecer. Como eu disse, a comunicação honesta envolve compartilhar sentimentos negativos e aspectos pouco apetitosos de nós mesmos que aumentam nossa vulnerabilidade. E envolve dizer à outra pessoa com sinceridade que você está infeliz ou zangado com alguma coisa - algo em seu relacionamento, no comportamento dela ou a ver com um problema contínuo. Os cônjuges que usam um método íntimo, não agressivo, embora direto, de resolução de conflitos relatam níveis mais elevados de satisfação conjugal.[97] Mais fácil falar do que fazer, no entanto.

John Gottman vem estudando casais há muitos anos, acompanhando-os ao longo do tempo para ver se seria capaz de prever quais casamentos durariam e quais desmoronariam. No fim das contas, ele poderia.[98] Em particular, ele identificou quatro formas destrutivas, mas muito comuns, de comunicação que são fortes indicadores de que o casamento fracassará.

1. Crítica hostil, em que cada um culpa o outro com termos irados de “você sempre” ou “você nunca”. “Você está sempre atrasado! E você nunca me escuta! ” "Não, eu não sou! E eu também! ” O parceiro se sentirá sob ataque e responderá defensivamente; nenhum dos lados se sente ouvido ou validado.
2. Defensividade, na qual o destinatário de uma crítica responde com uma contra-queixa em vez de tentar ouvir a real preocupação da outra pessoa. "Atrasado? Atrasado? Você é o único obcecado em chegar aos lugares dois dias antes! ”
3. Desprezo, o sinal mais devastador, no qual um parceiro zomba do outro com nomes feios, ri de desgosto ou usa linguagem depreciativa e humilhante e gestos não-verbais. A psicóloga clínica Julie Gottman trabalhou com um casal furioso na terapia. Quando ela perguntou: "Como vocês dois se conheceram?" a esposa disse, com a voz cheia de desprezo: "Na escola, onde por engano pensei que ele era inteligente".[99]
4. Stonewalling, em que o ouvinte simplesmente se retira, recusando-se a falar ou mesmo a ficar na mesma sala.

Na discussão que se segue, quero propor uma alternativa a esse estilo de argumentação infrutífero e geralmente infinito. Imagine, se quiser, o seguinte cenário: Phil e Alice estão lavando a louça. Eles convidaram vários amigos para jantar, os amigos foram embora e Phil e Alice estão fazendo a limpeza. Durante a noite, Alice estava com seu jeito charmoso, espirituoso e vivaz de sempre. Mas Phil, que geralmente fica encantado com o

charme dela, está se sentindo magoado e um pouco zangado. Parece que, durante uma discussão política, Alice discordou de sua posição e ficou do lado de Tom. Além disso, ela parecia expressar muito carinho por Tom no decorrer da noite. Na verdade, seu comportamento era de flerte.

Phil está pensando: “Eu a amo muito. Eu gostaria que ela não fizesse coisas assim. Talvez ela esteja perdendo o interesse por mim. Deus, se ela me deixasse, não sei o que faria. Ela está realmente atraída por Tom? ” Mas Phil está relutante em compartilhar sua vulnerabilidade, então ele diz: “Você com certeza estava se atirando em Tom esta noite. Todo mundo percebeu isso. Você realmente fez papel de bobo. ”

Alice ama Phil. Ela sentiu que disse algumas coisas muito brilhantes naquela noite - especialmente durante a discussão política - e sentiu que Phil não reconheceu sua contribuição intelectual. “Ele pensa que eu sou apenas uma dona de casa desinteressante. Ele provavelmente está entediado comigo. ” Segue-se a seguinte conversa:

Alice: Não sei do que você está falando. Você só está bravo porque aconteceu de eu discordar de você sobre a proposta de imposto do presidente. Tom viu do meu jeito. Eu acho que eu estava certo.

Phil: Ele viu do seu jeito! Você está de brincadeira? O que mais ele poderia fazer? Você estava praticamente sentado no colo dele. Os outros convidados ficaram constrangidos.

Alice (provocando): Ora, Phil, eu acredito que você está com ciúme!

Phil: Eu não estou com ciúme! Eu realmente não dou a mínima. Se você quer agir como uma vagabunda, isso é problema seu.

Alice (com raiva): Cara, você é antiquado. Você está falando como um vitoriano, pelo amor de Deus! Você está sempre fazendo isso!

Phil (friamente): Isso só mostra o quão pouco você sabe sobre mim. Sou mais feminista do que você. As mulheres com quem trabalho acham que sou ótima.

Alice (sarcasticamente): Sim, tenho certeza que todas as mulheres do seu escritório realmente gostam de você.

Phil: Agora, o *que* isso quer dizer?

Alice cai em um silêncio de pedra. Phil faz várias tentativas para obter uma resposta dela, falha e, em seguida, sai furiosamente da sala, batendo a porta. O que está acontecendo? Aqui estão duas pessoas que se amam. Como eles entraram em uma discussão tão cruel e dolorosa?

Uma das principais características que separam os humanos de outros organismos é nossa capacidade de comunicar informações complexas. Nossa linguagem nos dá poderes de conversação realmente incríveis, mas os mal-entendidos são frequentes, mesmo em relacionamentos íntimos e afetuosos. Embora hipotético, o argumento que escrevi entre Phil e Alice não é irreal; em vez disso, é típico de centenas de conversas que ouvi como consultor, tentando ajudar os casais a endireitar suas maneiras distorcidas, indiretas e enganosas de falarem um com o outro.

Phil e Alice tinham, cada um, uma grande preocupação, mas nenhum deles foi capaz ou desejou expressá-la de maneira direta. Para Alice, a maior preocupação era sua competência intelectual. Ela temia que Phil a achasse burra ou chata; sua reclamação *implícita* neste argumento era que Phil não reconheceu a força de suas declarações durante a discussão política, e ele parecia estar sugerindo que a única razão pela qual Tom prestava atenção nela era a atração sexual. Como resultado, os comentários de Phil a magoaram, ameaçaram sua auto-estima e a irritaram. Ela não expressou a dor, no entanto. Alice expressou a raiva, mas não revelando-a; em vez disso, ela tomou a ofensiva e atacou Phil, insinuando que ele é enfadonho e desinteressante.

A maior preocupação de Phil originava-se de um sentimento diferente de insegurança. Embora goste da vivacidade de Alice, teme a possibilidade de, com o avançar da idade, estar perdendo sua própria atratividade sexual. Portanto, ele presumiu que o fato de Alice concordar politicamente com Tom era o mesmo que ela se posicionar com Tom contra ele - e ele atribuiu conotações sexuais a isso por causa de suas próprias inseguranças. Quando Alice o chamou de “antiquado”, ele parecia ouvir principalmente o “velho” e rapidamente defendeu sua masculinidade e sex appeal, que Alice, impulsionada por sua própria raiva, prontamente ridicularizou.

Esse tipo de argumento é conhecido entre as pessoas que vivem juntas. Ambos os lados têm sentimentos e preocupações, mas em vez de discuti-los abertamente - e identificá-los corretamente - os sentimentos podem se transformar em hostilidade, o que apenas exacerba a mágoa e a insegurança que iniciaram a discussão em primeiro lugar. Seria tolice proclamar que toda raiva, desacordo, mágoa e hostilidade entre pessoas que supostamente se preocupam umas com as outras são funções de comunicação deficiente ou inadequada. Freqüentemente, as pessoas em relacionamentos íntimos têm necessidades, valores, desejos e objetivos diferentes, sobre trabalho, dinheiro, filhos, sexo, tarefas domésticas, quais valores para viver e inúmeras outras questões. Essas diferenças naturais produzem tensões e tensões, que devem ser vividas ou resolvidas por meio de concessões, cedências ou dissolução do relacionamento. Mas frequentemente o problema é a falta de comunicação. Como Phil e Alice podem ter se comunicado de forma diferente?

Finja por um momento que você é Phil. E Alice, uma pessoa que você ama, se aproxima de você e faz a seguinte declaração em um tom de voz que não censura e não julga:

Querida, deixe-me explicar. Estou me sentindo inseguro quanto à minha inteligência, ou pelo menos a maneira como as pessoas me veem, porque não tenho todos os diplomas que você tem. Já que você é a pessoa mais importante em meu mundo, ficaria muito grato se reconhecesse algo que digo que você considera inteligente e valioso. Quando discordamos sobre uma questão substantiva e você fala asperamente ou rejeita meus pontos ou fica impaciente comigo, sinto-me inseguro e desrespeitado. No início desta noite, durante nossa discussão política, eu teria me sentido muito bem se você tivesse me elogiado por algumas de minhas idéias e pela vontade de falar abertamente.

Imagine, agora, que você é Alice e Phil abriu a discussão após o jantar da seguinte maneira.

Olha, querida, é difícil para mim falar sobre isso, mas eu gostaria de tentar. Não sei o que está acontecendo comigo ultimamente, mas estava sentindo um pouco de ciúme esta noite. Isso não é fácil de dizer, mas aqui vai: você e Tom pareciam meio próximos - tanto intelectualmente quanto fisicamente - e eu estava me sentindo magoado e solitário. Você pode não perceber isso, mas tenho diminuído o ritmo, me sentindo cansado, desenvolvendo uma barriga. Eu preciso de alguma garantia. Você ainda me acha bonito? Eu adoraria se você me olhasse do jeito que parecia estar olhando para Tom esta noite.

Meu palpite é que a maioria das pessoas seria receptiva e receptiva a esse tipo de **conversa direta** de um ente querido. Por conversa franca, quero dizer a declaração clara de uma pessoa sobre seus sentimentos e preocupações, sem acusar, culpar, julgar ou ridicularizar a outra pessoa. A conversa franca é eficaz precisamente porque permite que o destinatário ouça de forma não defensiva.

conversa direta:

uma declaração clara dos sentimentos e preocupações de uma pessoa sem acusar, culpar, julgar ou ridicularizar a outra pessoa

A conversa franca parece fácil e eficaz. Por que as pessoas não o usam com mais frequência? Crescendo em uma sociedade competitiva, a maioria de nós aprendeu como se proteger tornando-se relativamente invulneráveis - aquelas penas novamente. Assim, quando estamos feridos, aprendemos a não demonstrar. Em vez disso, aprendemos a evitar a pessoa que nos magoou ou a atacá-la com raiva, julgamento ou ridículo, o que por sua vez, como observou Gottman, torna a outra pessoa na defensiva ou produz um contra-ataque, e o argumento aumenta.

Além disso, quando estamos ocupados criticando, muitas vezes deixamos de dar à outra pessoa *o benefício da dúvida.* Como vimos, os julgamentos de uma pessoa sobre outra pessoa podem assumir a forma de atribuições disposicionais (atribuir a causa do comportamento dessa pessoa a uma falha em sua personalidade) ou a atribuições situacionais (atribuir a causa a algo que está acontecendo no trabalho ou em outro circunstâncias externas). Quando você não sabe por que seu melhor amigo ou parceiro de vida está se comportando de maneira estranha ou desagradável ou não respondeu quando disseram que fariam, você tem uma escolha: você pode pular para uma atribuição hostil e disposicional (“Ela está sendo imprudente de novo!” “Ele é um porco egoísta!”), Ou você pode esperar para descobrir por que eles estão se comportando dessa maneira e dar-lhes o benefício da dúvida com uma atribuição situacional (“Ela está sob estresse”; “Eu espero que sua mãe não esteja doente de novo ”). Frank Fincham e Thomas Bradbury[100] estudados130 casais recém-casados ao longo do tempo e descobriram que os casais que faziam atribuições disposicionais no início do casamento ficavam cada vez mais infelizes com seus cônjuges. Em contraste, os casais que conversavam francamente e assumiam atribuições situacionais tornaram-se cada vez mais felizes com o casamento.

Não é sensato revelar sua vulnerabilidade a alguém que é seu inimigo jurado e usará esse conhecimento contra você. Mas é quase certo que não seja sábio esconder sua vulnerabilidade de alguém que é seu amigo amoroso e se preocupa com você. Se Alice e Phil estivessem cientes da insegurança um do outro, cada um poderia ter agido de maneiras que tranquilizariam o outro. Como cada um deles havia aprendido demais a

lição social de “atacar em vez de revelar”, eles inadvertidamente se colocaram em rota de colisão.

Freqüentemente, o problema é ainda mais complicado do que neste exemplo. Alice e Phil sabem quais são os seus sentimentos e entraram em conflito sério principalmente porque tinham dificuldade em comunicá-los. Mas, muitas vezes, as pessoas não estão totalmente cientes de suas próprias necessidades, desejos e sentimentos. Em vez disso, eles podem ter uma vaga sensação de desconforto ou infelicidade que não conseguem identificar facilmente. Freqüentemente, atribuem erroneamente esse sentimento vago; a princípio, Phil culpa Alice por seu suposto comportamento de flerte, quando ele está realmente se sentindo inseguro com o avanço da meia-idade. Assim, se não estivermos em contato com nossos próprios sentimentos e não pudermos articulá-los a nós mesmos, não poderemos comunicá-los a mais ninguém. A questão principal é a sensibilidade. Podemos aprender a ser mais sensíveis aos nossos próprios sentimentos? Podemos aprender a ser sensíveis aos outros para que, quando as pessoas se tornam vulneráveis, tratemos essa vulnerabilidade com cuidado e respeito?

A importância do feedback imediato Para que a comunicação seja eficaz em um relacionamento íntimo, podemos dar e receber feedback imediato sobre como nossas palavras e comportamentos são interpretados. Isso nos dá as informações de que precisamos para entender o impacto de nossas ações e declarações e para considerar nossas opções para atender às nossas próprias necessidades, bem como às de nossos parceiros.

Suponha que eu faça algo que irrite minha melhor amiga, que por acaso também é minha esposa. Se ela não expressar essa raiva, posso nunca perceber que o que fiz a deixou com raiva. Suponha que ela me dê um feedback imediato; suponha que ela me diga como minha ação a faz se sentir. Agora tenho pelo menos duas opções: posso continuar a me comportar da mesma maneira e continuar a irritá-la ou posso parar de me comportardessa maneira. A escolha é minha. O que fiz pode ser tão importante para mim que não quero desistir. Por outro lado, os sentimentos de minha esposa podem ser tão importantes para mim que decido parar de fazer o que a irrita. Na ausência de qualquer conhecimento de como meu comportamento a faz se sentir, não tenho escolha. Além disso, saber exatamente como ela se sente a respeito de uma determinada ação pode me permitir explorar uma maneira diferente de satisfazer minhas necessidades e também as dela.

O valor do feedback imediato não se limita ao destinatário. Freqüentemente, ao fornecer feedback, as pessoas descobrem algo sobre si mesmas. Se Sharon acredita, por exemplo, que é sempre destrutivo expressar raiva de alguma forma, ela pode bloquear a consciência desse sentimento. Quando ela aprende que é legítimo expressar esse sentimento, ela tem a chance de expô-lo abertamente, olhar para ele e perceber que sua expressão de raiva não causou o fim do mundo. Além disso, a expressão direta de um sentimento ajuda a prevenir sua escalada, que é mais difícil de resolver. Se minha esposa aprendeu a expressar sua raiva não gritando ou acusando, mas expressando seus sentimentos e queixas diretamente, isso mantém nossa discussão sobre o assunto em questão. Se ela suprime a raiva, mas vaza de outras maneiras - em momentos diferentes

e em diferentes situações, ou se ela se retrai e parece carrancuda -, não sei de onde vem sua hostilidade e fico confuso, magoado ou com raiva.

Sentimentos versus julgamentos As pessoas muitas vezes não sabem como fornecer feedback construtivo; em vez disso, fazem isso de uma forma que irrita ou perturba o destinatário, causando mais problemas do que soluções. Deixe-me oferecer um exemplo de feedback disfuncional e, em seguida, mostrar como as pessoas podem aprender a modificá-lo (sem diluir seu conteúdo) para maximizar a comunicação e a compreensão. Este exemplo é um evento real que ocorreu em um workshop de comunicação que conduzi para executivos de corporações.

No decorrer do workshop, um dos membros (Mike) olhou diretamente para outro membro (Dave) e disse: “Dave, estou ouvindo e observando você há um dia e meio e quero dar alguns comentários: Eu acho que você é um impostor. ”

Agora, isso é uma acusação e tanto. Como Dave pode responder? Ele tem várias opções: ele pode (1) concordar com Mike; (2) negar a acusação e dizer que ele não é um impostor; (3) expressar raiva retaliando, dizendo a Mike o que ele pensa que há de errado com *ele* ; ou (4) sentir pena de si mesmo e ficar de mau humor. Nenhuma dessas respostas é particularmente produtiva. Mas Mike não tem o direito de expressar esse julgamento? Afinal, ele está apenas sendo aberto e honesto. Não valorizamos a abertura e a autenticidade?

Isso soa como um dilema. A comunicação eficaz requer abertura, mas a abertura pode ser prejudicial para o destinatário. A solução é ser aberto e, ao mesmo tempo, expressar-se de maneira que cause o mínimo de dor e maximize a capacidade do destinatário de entender sua reclamação. A chave para uma comunicação eficaz está em nossa disposição de expressar *sentimentos, em* vez de julgamentos. Nesse caso, Mike não estava expressando um sentimento; ele estava interpretando o comportamento de Dave e julgando-o. A palavra sentimento tem vários significados. Neste contexto, não quero dizer "palpite" ou "hipótese", como quando dizemos "Sinto que estou certo". Por sentimento, quero dizer, especificamente, raiva ou alegria, tristeza ou felicidade, aborrecimento, medo, desconforto, calor, mágoa, inveja, ciúme, excitação e assim por diante.

No workshop, comecei minha intervenção perguntando a Mike se ele tinha alguma opinião sobre Dave. Mike pensou por um momento e disse: “Bem, acho que Dave é um impostor”. Nem é preciso dizer que não é um sentimento, como acabei de definir; esta é uma opinião ou julgamento expresso na linguagem dos sentimentos. Um julgamento nada mais é do que um sentimento mal compreendido ou expresso de maneira inadequada. Conseqüentemente, investiguei mais a fundo, perguntando a Mike quais eram seus sentimentos. Mike ainda insistia que achava que Dave era um impostor.

"E o que isso faz com você?" Eu perguntei.

“Isso me irrita demais”, respondeu Mike.

"Que tipo de coisas Dave fez que te incomodaram?" Eu perguntei.

“Estou irritado com sua maneira falsa de encantar as pessoas do grupo”, respondeu ele.

Em uma investigação mais aprofundada, descobriu-se que o que realmente incomodava Mike era a aparente atração de Dave por mulheres. Por fim, Mike confessou seu verdadeiro sentimento de inveja; ele gostaria de ter o charme fácil e a popularidade de Dave.

Observe que Mike inicialmente mascarou esse sentimento de inveja; em vez disso, ele descarregou seus sentimentos ao expressar desdém, ao dizer que Dave era um impostor. Ele estava protegendo seu ego. Como vivemos em uma sociedade competitiva, Mike aprendeu ao longo dos anos que, se admitisse ter inveja, isso o faria parecer vulnerável e fraco. Ao expressar desdém e raiva, entretanto, Mike estava tentando se retratar como forte e assertivo.

Embora seu comportamento fosse bem-sucedido como dispositivo de proteção do ego, isso não contribuiu para a compreensão de Mike de seus próprios sentimentos e dos eventos que os causaram. Certamente não contribuiu para a compreensão de Mike sobre Dave ou para a compreensão de Dave sobre Mike. Como medida de defesa do ego, o comportamento de Mike foi adaptativo; como forma de comunicação, era inadequada. Embora deixasse Mike vulnerável a admitir a verdade, que ele invejava Dave, essa admissão abriu a porta para uma melhor comunicação e compreensão mútua.

É mais fácil para todos nós ouvir um feedback expresso em termos de sentimentos - "Estou chateado" - do que um feedback expresso como um julgamento ou acusação - "Você é um idiota impensado!" Quando Mike disse a Dave que ele era um impostor, Mike estava dizendo a Dave que tipo de pessoa ele (Dave) é. Geralmente, as pessoas se ressentem de saber que tipo de pessoa são - e por um bom motivo, porque tais atribuições são puramente uma questão de conjectura. A atribuição disposicional de Mike sobre o comportamento de Dave pode refletir a realidade ou, provavelmente, não; é apenas a teoria de Mike sobre Dave. Só Dave sabe com certeza se ele é um impostor insincero; Mike está apenas adivinhando. Mas a afirmação de Mike de que ele está sentindo inveja ou raiva não é um palpite ou uma teoria; é um fato absoluto. Mike não está adivinhando sobre seus próprios sentimentos - ele os conhece. Dave pode ou não se importar com os julgamentos de Mike, mas se ele quiser ser amigo de Mike, ele pode querer saber os sentimentos de Mike e o que ele (Dave) fez para desencadea-los. E agora Dave tem uma escolha: ele pode modificar seu comportamento ou pode continuar fazendo o que faz, embora reconheça que seu comportamento pode despertar inveja, hostilidade e competitividade de outros homens.

Mike e Dave não eram amantes. Eles eram apenas dois caras em um workshop, tentando melhorar suas habilidades de comunicação. Quando as pessoas aprendem a expressar seus sentimentos sem julgar a outra pessoa como errada, insensível ou indiferente, raramente ocorre uma escalada. A comunicação eficaz é útil para todos, mas especialmente crucial para manter nossas conexões mais próximas e importantes com parentes, amigos e parceiros românticos.

Cientistas sociais e historiadores que estudaram o passado e o futuro do casamento identificaram aspectos dos relacionamentos modernos que estão melhores do que nunca e também aspectos piores do que nunca.[101] No passado, os casamentos eram menos sobre amor e mais sobre arranjos de negócios, união de famílias, combinação de

recursos ou produção de filhos para administrar a fazenda. Casamentos de amor de hojesão certamente melhores em muitos aspectos. Os papéis de gênero tornaram-se mais igualitários e flexíveis, e a divisão do trabalho familiar é muito menos estereotipada; as Annie Oakleys do mundo não precisam desistir de seus talentos e ambições pelo amor, e os Frank Butlers do mundo não precisam se apegar a noções de dominação masculina e reivindicar seus direitos sobre os de seu parceiro. Mas os casamentos modernos, precisamente porque se baseiam no amor e na igualdade e não em um acordo comercial, também costumam ser carregados com uma grande carga de expectativas e responsabilidades: Esperamos que um parceiro de vida forneça companheirismo, sexo, paixão, ajuda na criação dos filhos e tarefas, renda, aventura, liberdade e auto-expressão. Estou convencido de que aqueles que conseguem afastar as expectativas irrealistas do amor moderno, enquanto mantêm seus olhos nos benefícios duradouros da intimidade e da conexão, podem alcançar um amor duradouro e um casamento ou relacionamento melhor do que em qualquer outro momento da história humana. Talvez os Beatles tenham dito isso melhor em sua música “The End”:

E no final

o amor que você leva

é igual ao amor

você faz.

9 **Psicologia Social como Ciência**

Saul Steinberg, *desenho sem título* , tinta sobre papel.

Originalmente publicado na *The New Yorker* , 10 de setembro de 1960.

Quando eu estava na faculdade, comecei a me interessar por psicologia social porque ela lidava com alguns dos aspectos mais emocionantes do ser humano: amor, ódio,

preconceito, agressão, altruísmo, influência social, conformidade e coisas do gênero. Naquela época, eu não me importava muito com a forma como esse impressionante corpo de conhecimento passou a existir. Eu simplesmente queria saber o que era conhecido. Só quando entrei na pós-graduação me dei conta de que poderia ser mais do que um consumidor desse conhecimento - também poderia me tornar um produtor. E um novo mundo se abriu para mim: o mundo da psicologia social científica. Aprendi a fazer perguntas significativas e a fazer experimentos para encontrar as respostas a essas perguntas, contribuindo, da minha própria maneira, para o corpo de conhecimento sobre o qual havia lido quando era estudante. E tenho estado apaixonadamente envolvido nessa atividade desde então.

Ler este capítulo não vai transformá-lo em um cientista. Minha intenção para você é um pouco menos ambiciosa, mas não menos importante. Meu objetivo é ajudá-lo a melhorar sua capacidade de pensar cientificamente sobre as coisas que estão acontecendo em seu próprio mundo social. Sempre achei isso uma coisa útil de se fazer, mas às vezes também pode ser decepcionante. Vários anos atrás, peguei um exemplar da *The New Yorker* , no qual li um ensaio excelente e altamente informativo de James Kunen[1] sobre programas educacionais de nível universitário em nossas prisões. Kunen escreveu com entusiasmo sobre sua eficácia. Ele então criticou o fato de que uma maioria geralmente punitiva do Congresso estava eliminando esses programas depois de caracterizá-los como criminosos perdulários e mimados.

O ensaio de Kunen continha alguns relatos de casos vívidos de presidiários que, enquanto estavam na prisão, concluíram o programa da faculdade e passaram a levar uma vida produtiva após serem libertados. As histórias de casos foram comoventes. Mas, como cientista, queria saber se havia algum dado sistemático que pudesse usar para avaliar a eficácia geral do programa. Bem, sim - Kunen relatou um estudo do Departamento de Serviços Correcionais do Estado de Nova York, que descobriu que quatro anos após sua libertação da prisão, a taxa de reincidência de presidiários que completaram um ou mais anos de ensino superior na prisão era de 20 por cento inferior à média para todos os reclusos do sexo masculino.

Isso parece muito impressionante, certo? Vamos olhar mais de perto. Como cientistas, precisamos fazer uma pergunta básica e vital: antes de participar do programa, os presos que se inscreveram no programa eram semelhantes aos que não se inscreveram? Pode ser o caso de os presos que se inscreveram no programa e completaram um ano dele serem diferentes para começar (digamos, em motivação, habilidade, inteligência, educação prévia, saúde mental ou o que quer que seja) daqueles que o fizeram não se inscreveu? Se eles fossem diferentes *no início* da série geral de prisioneiros, então é provável (ou, pelo menos, possível) que eles teriam uma taxa mais baixa de reincidência, mesmo sem ter feito o curso de estudos. Se for esse o caso, então não foi o programa que causou a menor reincidência.

Enquanto eu estava lendo o artigo de Kunen, o humanista em mim queria ficar animado com os resultados deste estudo; seria ótimo ter dados convincentes provando que educar prisioneiros vale a pena. Mas, infelizmente, o cientista em mim assumiu o controle e ficou cético. Assim, olhar o mundo social pelos olhos de um cientista exige que enfrentemos nossos preconceitos e preferências. Mas também nos dá a capacidade de separar o joio

do trigo para que, como cidadãos preocupados, possamos exigir que programas inovadores sejam devidamente avaliados. Dessa forma, podemos determinar, com algum grau de clareza, quais dos milhares de programas possíveis são dignos de nosso tempo, esforço e dinheiro. E a verdade é que, na maioria dos casos, não é difícil fazer o experimento adequadamente - como você verá.

Qual é o método científico?

O método científico - independentemente de estar sendo aplicado em física, química, biologia ou psicologia social - é a melhor maneira que nós, humanos, temos de satisfazer nossa fome de conhecimento e compreensão. Usamos o método científico na tentativa de descobrir relações legítimas entre as coisas, sejam as coisas químicas, planetas ou os antecedentes do preconceito ou amor humano.

A primeira etapa do processo científico é a observação. Em física, uma observação simples pode ser mais ou menos assim: se houver uma bola de borracha na carroça da minha neta e ela puxar a carroça para a frente, a bola parece rolar para a parte de trás da carroça. (Na verdade, não rola para trás; só parece assim.) Quando ela para a carroça abruptamente, a bola corre para a frente da carroça. Em psicologia social, uma observação simples pode ser mais ou menos assim: Quando estou servindo mesas, se por acaso estou de bom humor e sorrio muito para meus clientes, minhas gorjetas parecem um pouco maiores do que quando estou em mau humor e sorria com menos frequência.

A próxima etapa é adivinhar por que isso acontece; essa suposição é nossa tentativa de descobrir o “relacionamento legítimo” que mencionei. A terceira etapa é enquadrar essa suposição como uma hipótese testável. A etapa final é projetar um experimento (ou uma série de experimentos) que irá confirmar ou refutar a hipótese. Se uma série de experimentos bem planejados e bem executados não confirmar essa hipótese, desistimos. Como meu físico favorito, Richard Feynman,[2] disse uma vez: “Não importa quão bonita seja a suposição, ou quão inteligente seja o adivinhador, ou quão famoso seja o adivinhador; se o experimento discordar da suposição, então a suposição está errada. Isso é tudo que há para fazer. ” Em minha opinião, esta é a essência da ciência e sua beleza. Não existem verdades sagradas na ciência.

Ciência e arte Em minha opinião, há muito espaço para a arte em nossa ciência. Acredito que os dois processos - arte e ciência - são diferentes, mas relacionados. Pavel Semonov,[3] um distinto psicólogo russo, fez um excelente trabalho ao definir a diferença: Como cientistas, olhamos atentamente para o nosso ambiente e tentamos organizar o desconhecido de uma forma sensata e significativa; como artistas, reorganizamos o ambiente conhecido para criar algo inteiramente novo. A essa observação, eu acrescentaria que os requisitos de um bom experimento frequentemente requerem habilidades de ambos os domínios. Em um sentido muito real, como experimentadores, usamos a arte para enriquecer nossa ciência. Acredito que isso seja particularmente verdadeiro no caso de experimentos em psicologia social.

Por que essa combinação de arte e ciência é especialmente verdadeira na psicologia social? Na psicologia social, não estamos estudando o comportamentode produtos químicos em um copo ou de bolas de borracha em vagões; estamos investigando o

comportamento de adultos que viveram em um mundo social por toda a vida, com todas as emoções, percepções, crenças, preconceitos e experiências que eles trazem para esse mundo. Nem é preciso dizer que, como os experimentadores que os estão estudando, as pessoas que atuam como participantes em nossos experimentos desenvolveram suas próprias ideias e teorias sobre o que causa seus sentimentos e comportamento, bem como os sentimentos e comportamento das pessoas ao seu redor . Este não é o caso quando você está realizando experimentos com produtos químicos, com animais de laboratório ou mesmo com humanos em situações não sociais.

O fato de estarmos lidando com seres humanos socialmente sofisticados é parte do que torna a psicologia social tão fascinante como um tópico de investigação experimental. Ao mesmo tempo, essa situação também exige muita arte se o experimentador tiver chance de gerar descobertas válidas e confiáveis. Neste capítulo, tentarei comunicar exatamente como isso acontece.

Da especulação à experimentação

No Capítulo 8 , contei a história do presidente John F. Kennedy, cuja popularidade aumentou imediatamente depois que ele cometeu um erro estupendamente caro. Depois de seu trágico erro de cálculo conhecido como o fiasco da Baía dos Porcos, uma pesquisa do Gallup mostrou que as pessoas gostavam mais dele do que antes do incidente. Como a maioria das pessoas, fiquei pasmo com este evento. Como poderíamos gostar mais de um cara depois que ele estragou tudo? Como cientista, especulei sobre o que poderia ter causado essa mudança. Meu palpite era que, pelo fato de Kennedy ter sido visto anteriormente como um homem quase perfeito - bonito, caloroso, charmoso, espirituoso, competente -, cometer um erro poderia fazê-lo parecer mais humano, permitindo que as pessoas comuns se sentissem mais próximas dele.

Uma especulação interessante, mas era verdade? Como podemos ter tentado descobrir? Bem, poderíamos ter simplesmente perguntado às pessoas por que gostavam mais de Kennedy agora do que na semana anterior. Isso parece bastante simples. Infelizmente, não é tão fácil, porque os psicólogos sociais aprenderam que as pessoas muitas vezes não sabem por que agem de certas maneiras ou mudam suas crenças em uma direção ou outra; portanto, em uma situação complexa, simplesmente pedir às pessoas que expliquem seu comportamento geralmente não produzirá resultados confiáveis.[4] esteé exatamente por isso que os psicólogos sociais realizam experimentos. Mas como poderíamos conduzir um experimento sobre a popularidade de John F. Kennedy? Não podíamos. Em um caso como esse, tentaríamos conduzir um experimento sobre o fenômeno subjacente, não sobre o exemplo específico dele. E, de fato, foi realmente o fenômeno subjacente - não o evento específico - que me interessou: Cometer um erro crasso aumenta a popularidade de uma pessoa quase perfeita?

Meus colegas e eu[5], assim, projetou um experimento que nos permitiu controlar as variáveis estranhas e testar os efeitos de um erro crasso na atração em uma situação menos complexa, em que poderíamos controlar a natureza exata do erro crasso, bem como o tipo de pessoa que cometeu isto. E nessa situação simples descobrimos, como previsto, que pessoas “quase perfeitas” tornam-se mais atraentes depois de cometer um

erro crasso, enquanto pessoas “bastante comuns” tornam-se menos atraentes após cometerem o erro idêntico. (Descrevi os detalhes desse experimento no Capítulo 8.)

Como você pode ver, ao lutar pelo controle, o experimentador deve trazer suas ideias do confuso mundo real para os confins um tanto estéreis do laboratório. Isso normalmente envolve a criação de uma situação com pouca semelhança com a situação do mundo real que originalmente gerou a ideia. Na verdade, uma crítica frequente é que os experimentos de laboratório são imitações irrealistas e inventadas da interação humana que não refletem de forma alguma o mundo real. Quão precisa é essa crítica?

Talvez a melhor maneira de responder a essa pergunta seja examinar detalhadamente um experimento de laboratório, considerando suas vantagens e desvantagens, bem como uma abordagem alternativa, mais realista, que poderia ter sido usada para estudar o mesmo assunto. O experimento de iniciação que fiz em colaboração com Judson Mills[6 se] adapta a esse propósito admiravelmente, porque contém muitas das vantagens e desvantagens do laboratório. Você deve se lembrar que Mills e eu formulamos a hipótese de que as pessoas podem vir a gostar mais das coisas se tiverem sofrido para obtê-las. Em seguida, projetamos e conduzimos um experimento de laboratório no qual mostramos que as pessoas que despenderam grande esforço (passando por uma iniciação severa) para se tornarem membros de um grupo gostaram mais do grupo do que as pessoas que se tornaram membros com pouco ou nenhum esforço. Veja como construímos o experimento.

O Experimento Aronson-Mills Up Close Sessenta e três universitárias que inicialmente se ofereceram para se envolver em várias discussões sobre a psicologia do sexo participaram do estudo. Cada estudantefoi testado individualmente. No início, expliquei que estava estudando a “dinâmica do processo de discussão em grupo”. Eu disse que o tópico real da discussão não importava para mim, mas como a maioria das pessoas se interessa por sexo, selecionei esse tópico para ter certeza de ter muitos participantes. Também expliquei que havia encontrado uma grande desvantagem ao escolher o sexo como assunto: muitas pessoas eram tímidas e achavam difícil discutir sexo em um grupo. Como qualquer impedimento ao fluxo da discussão poderia invalidar seriamente os resultados, eu precisava saber se as mulheres hesitavam em iniciar uma discussão sobre sexo. Ao ouvirem isso, cada um disse que não teria dificuldade.

Essas instruções elaboradas preparam o terreno para o evento a seguir. Até então, as instruções eram as mesmas para todos os participantes. Agora era hora de dar a cada uma das mulheres nas várias condições experimentais uma experiência diferente - uma experiência que nós, experimentadores, acreditávamos que faria a diferença.

Atribuímos aleatoriamente os participantes com antecedência a uma das três condições: (1) um terço deles passaria por uma iniciação severa, (2) um terço passaria por uma iniciação leve e (3) um terço não iria passe por qualquer iniciação. Para a condição de não iniciação, eu simplesmente disse aos participantes que eles agora poderiam entrar no grupo de discussão. Para as condições de iniciação leve e severa, no entanto, disse a cada participante que, como era necessário ser positivo para que ela pudesse discutir sexo abertamente, desenvolvi um dispositivo de triagem - um teste para vergonha - que então pedi a ela que fizesse . Este teste constituiu a iniciação. Para a condição de

iniciação severa, o teste foi altamente embaraçoso. Exigia que a mulher recitasse uma lista de 12 palavras obscenas e duas descrições detalhadas da atividade sexual tiradas de romances contemporâneos. (Isso pode não soar como uma iniciação "severa" hoje, mas acredite em mim, quando fizemos este estudo, agora, muitos anos atrás, dizer essas palavras em voz alta era doloroso.) Os participantes da iniciação leve tinham que recitar apenas uma lista de palavras relacionados ao sexo que não eram obscenos.

As três condições às quais os participantes foram atribuídos constituíram a **variável independente** neste estudo. O objetivo de todo investigador ao projetar e conduzir um experimento é determinar se o *que acontece aos participantes* tem efeito em como eles respondem. Nosso objetivo era determinar se a gravidade da iniciação - a variável independente - causou diferenças sistemáticas no comportamento dos participantes. Os participantes que experimentaram uma iniciação severa agiriam de maneira diferente daqueles que experimentaram uma iniciação leve ou nenhuma iniciação?

variável independente:

a variável que um experimentador muda ou varia para ver se tem efeito em alguma outra variável

Mas agir de forma diferente de que maneira? Após a iniciação, cada participante foi autorizado a escutar uma discussão conduzida por membros do grupo ao qual ela havia acabado de entrar. Para controlar o conteúdo deste material, usamos uma gravação em fita, mas dissemos às mulheres que elas estavam ouvindo uma discussão ao vivo. Dessa forma, garantimos que todos os participantes - independentemente de terem passado por uma iniciação severa, uma iniciação leve ou nenhuma iniciação - ouviram a mesma discussão em grupo. A discussão em grupo foi incrivelmente monótona e enfadonha. As pessoas na fita falavam com longas pausas, muitas bainhas e hawings, interrupções e frases incompletas enquanto discutiam, inarticulamente, as características sexuais secundárias dos animais inferiores: mudanças na plumagem dos pássaros, complexidades da dança de acasalamento de certos aranhas, etc.

No final da discussão, voltei com um conjunto de escalas de avaliação e pedi a cada mulher que avaliasse o quão interessante e valiosa a discussão havia sido. Essa resposta é chamada de **variável dependente** porque, literalmente, a resposta é considerada "dependente" das condições experimentais particulares às quais o participante foi atribuído. A variável dependente é o que o experimentador mede para avaliar os efeitos da variável independente. Resumindo, se a variável independente é a *causa* , a variável dependente é o *efeito* .

variável dependente:

uma resposta considerada "dependente" de uma determinada condição experimental

Os resultados apoiaram nossa hipótese: Mulheres que passaram por uma iniciação leve ou nenhuma iniciação viram a discussão em grupo pelo que ela era e a classificaram como monótona. Mas quem ficou constrangido para ser admitido no grupo achou muito emocionante. Lembre-se de que todos os alunos estavam avaliando exatamente a mesma discussão.

Por que fazer um experimento? Projetar e conduzir esse experimento foi um processo trabalhoso. Mills e eu passamos centenas de horas planejando isso, criando uma situação crível, escrevendo um roteiro para a gravação da discussão em grupo (Isso foi divertido!), Ensaiando os atores que desempenharam os papéis de membros do grupo, construindo os procedimentos de iniciação e o instrumentos de medição, recrutando voluntários para servir como participantes, testando o procedimento, conduzindo os participantes através do experimento e explicando o verdadeiro propósito do experimento para cada participante (o motivo do engano, o que tudo significava e o que esperávamos aprender). O que descobrimos foi que as pessoas que passam por uma iniciação severa para ingressar em um grupo gostam desse grupo muito mais do que as pessoas que passam por uma iniciação leve ou nenhuma iniciação.

Certamente deve haver uma maneira mais simples! Há. Você deve ter notado uma semelhança entre nosso procedimento experimental e outras iniciações, como aquelas usadas por algumas fraternidades universitárias e outros clubes ou organizações exclusivas. Por que, então, não tiramos proveito de uma situação da vida real, que não só é mais fácil de estudar, mas também muito mais dramática e realista? Vejamos as vantagens. As iniciações na vida real seriam mais severas (ou seja, teriam mais impacto sobre os membros); não teríamos de ir tão longe para projetar um ambiente de grupo que os participantes considerassem convincente; as interações sociais envolveriam pessoas reais em vez de meras vozes em uma gravação; teríamos eliminado o problema ético criado pelo uso do engano e pelo uso de uma experiência difícil e desagradável em nome da ciência; e, finalmente, tudo poderia ter sido realizado em uma fração do tempo que o experimento consumiu.

Assim, quando olhamos superficialmente as vantagens de uma situação natural, parece que Mills e eu teríamos um trabalho muito mais simples se tivéssemos estudado as fraternidades existentes. Aqui está como poderíamos ter feito isso. Poderíamos ter avaliado os procedimentos de iniciação de cada fraternidade de acordo com seu grau de severidade e entrevistado os membros mais tarde. Se os membros que passaram por uma iniciação severa gostassem mais de suas fraternidades do que dos membros da fraternidade moderada ou sem iniciação, a hipótese seria apoiada. Ou não? Vamos examinar mais de perto por que as pessoas se preocupam em fazer experimentos.

Quando pedi aos meus alunos que mencionassem a característica mais importante de um experimento de laboratório, a grande maioria disse "controle". Os experimentos têm a vantagem de controlar o ambiente e as variáveis de forma que os efeitos de cada variável possam ser estudados com precisão. Levando nossa hipótese ao laboratório, Mills e eu eliminamos muitas das variações estranhas que existem no mundo real. As iniciações severas foram todas iguais em intensidade; esta condição teria sido difícil de igualar se tivéssemos usado várias fraternidades de iniciação severa. Além disso, a discussão do grupo foi idêntica para todos os participantes; no mundo real, porém, os membros da fraternidade estariam avaliando fraternidades que eram, de fato, diferentes umas das outras. Supondo que havíamos encontrado uma diferença entre as fraternidades de iniciação severa e moderada em quanto seus novos membros gostavam de estar nelas, como saberíamos se isso era uma função da iniciação e não das diferenças na simpatia que já existiam em a fraternidadepróprios membros? No experimento, a única diferença

foi a gravidade da iniciação, portanto sabemos que qualquer diferença se deu por causa desse procedimento.

A importância da atribuição aleatória

O controle é um aspecto central do experimento de laboratório, mas não é a principal vantagem. Uma vantagem ainda mais crítica é que os participantes podem ser atribuídos aleatoriamente às diferentes condições experimentais. Isso significa que cada participante tem chances iguais de estar em qualquer condição no estudo. Na verdade, a atribuição aleatória de participantes às condições é a diferença crucial entre o método experimental e as abordagens não experimentais. E a grande vantagem da atribuição aleatória de pessoas a condições é esta: quaisquer variáveis não totalmente controladas são, em teoria, distribuídas aleatoriamente entre as condições. Isso significa que é extremamente improvável que tais variáveis afetem os resultados de forma sistemática.

Um exemplo pode ajudar a esclarecer este ponto: suponha que você seja um cientista e tenha a hipótese de que os homens que se casam com mulheres inteligentes tornam-se mais felizes do que os que se casam com mulheres não tão inteligentes. Como você testa essa hipótese? Digamos que você encontre 1.000 homens casados com mulheres inteligentes e 1.000 homens casados com mulheres não tão inteligentes e dê a todos um questionário sobre felicidade. Veja, você descobre que os homens casados com mulheres inteligentes são mais felizes do que os homens casados com mulheres menos inteligentes. Isso significa que ser casado com uma mulher inteligente torna o homem feliz? Não. Talvez os homens felizes sejam mais doces, mais bem-humorados e mais fáceis de se conviver e, conseqüentemente, as mulheres inteligentes procuram esses homens e se casam com eles. Portanto, pode ser que ser feliz faça com que os homens se casem com mulheres inteligentes. O problema não termina aí. Também é possível que haja algum terceiro fator que causa felicidade e o fato de estar casado com uma mulher inteligente. Um desses fatores pode ser dinheiro; talvez ser rico ajuda a tornar os homens felizes e ser rico é o que atrai as mulheres inteligentes. Portanto, é possível que nenhuma das sequências causais seja verdadeira: a felicidade não faz com que os homens se casem com mulheres inteligentes e as mulheres inteligentes não fazem com que os homens sejam felizes.

O problema é ainda mais complicado porque geralmente não temos ideia do que esses terceiros fatores podem ser. No caso do estudo da felicidade, pode ser riqueza; também pode ser que um maduroa personalidade faz com que os homens sejam felizes e também atrai mulheres inteligentes; pode ser graça social, habilidade atlética, poder, popularidade, usar a pasta de dente certa, ser uma pessoa que se veste bem ou qualquer uma das milhares de qualidades que o pobre pesquisador não conhece e nem poderia explicar. Mas se o pesquisador realiza um experimento, ele pode designar participantes aleatoriamente para várias condições experimentais. Embora esse procedimento não elimine diferenças por causa de nenhuma dessas variáveis (dinheiro, elegância social, habilidade atlética ou roupas), ele as neutraliza ao distribuir essas características aleatoriamente entre as condições experimentais. Se os participantes forem designados aleatoriamente, haverá aproximadamente tantos homens ricos em uma condição experimental quanto nas outras, tantos homens socialmente aptos em uma condição quanto em outras, e tantos atletas em uma condição quanto nas outras. Portanto, se

encontrarmos uma diferença entre as condições, é improvável que isso seja devido a diferenças individuais em qualquer característica, porque todas essas características tiveram uma distribuição igual (ou quase igual) em todas as condições.

É certo que o exemplo particular de mulheres inteligentes e seus maridos felizes não se presta facilmente aos confins do laboratório experimental. Mas vamos fantasiar sobre como faríamos isso se pudéssemos. Idealmente, pegaríamos 50 homens e designaríamos aleatoriamente 25 deles para se casar com mulheres inteligentes e 25 para se casar com mulheres menos inteligentes. Alguns meses depois, poderíamos voltar e aplicar o questionário da felicidade. Se os homens designados para as esposas inteligentes fossem mais felizes do que os designados para as esposas menos inteligentes, saberíamos o que causou sua felicidade - sabíamos! Em suma, sua felicidade não poderia ser facilmente atribuída à graça social, beleza, dinheiro ou poder; estes foram distribuídos aleatoriamente entre as condições experimentais. Quase com certeza foi causado pelas características de suas esposas.

Este exemplo é pura fantasia; até mesmo os psicólogos sociais devem parar antes de arranjar casamentos para fins científicos! Mas isso não significa que não podemos testar eventos significativos e relevantes sob condições controladas de laboratório. Este livro foi carregado com esses exemplos. Vejamos um deles como forma de esclarecer as vantagens do método experimental: a correlação entre a quantidade de tempo que as crianças passam assistindo à violência na televisão e sua tendência a escolher soluções agressivas para seus problemas. (Veja o Capítulo 6.)

Isso significa que assistir à agressão na televisão faz com que os jovens se tornem agressivos? Não necessariamente, mas pode. Também pode significar que crianças agressivas simplesmente gostam de assistir à agressão, e elas seriam igualmente agressivas se assistissem *Vila Sésamo o* dia todo. Mas então, como vimos, alguns experimentadores apareceram e provaram que assistir à violência aumenta a violência.[7] como? Os pesquisadores designaram aleatoriamente algumas crianças para uma situação em que assistiam a um vídeo de um episódio de uma série violenta de TV, um episódio em que as pessoas se espancam, esmurram, mordem e se matam por 25 minutos. Como controle, os experimentadores designaram aleatoriamente outras crianças a uma situação em que assistiram a um evento atlético pelo mesmo período de tempo. O ponto crucial: cada criança tinha a mesma chance de ser selecionada para assistir ao vídeo violento do que o vídeo não violento; portanto, quaisquer diferenças nas disposições de personalidade das crianças foram neutralizadas nas duas condições experimentais. Assim, a descoberta de que os jovens que assistiram ao vídeo violento tornaram-se mais agressivos depois do que aqueles que assistiram ao evento atlético sugere fortemente que assistir à violência pode levar à violência.

Você deve se lembrar que esse era precisamente o problema com a avaliação do programa de faculdade da prisão que descrevi no início deste capítulo: Os prisioneiros que se ofereceram para o programa eram provavelmente diferentes em muitos aspectos daqueles que não se voluntariaram, então foi enganoso comparar sua taxa de reincidência com a dos não voluntários. Tal comparação empanturraria o baralho, fazendo com que o programa parecesse mais eficaz do que realmente era. Como você resolve esse problema? Uma maneira seria atrair o dobro de voluntários para o programa do que

você pode controlar. Em seguida, você pode selecionar aleatoriamente metade dos voluntários para o programa e colocar a outra metade na condição de controle. Se a seleção for realmente aleatória, comparar a taxa de reincidência dos dois grupos fornecerá dados significativos.

Voltemos ao experimento de iniciação. Se realizássemos uma pesquisa e descobríssemos que os membros de fraternidades de iniciação severa gostam mais uns dos outros do que os membros de fraternidades de iniciação moderada, então teríamos evidências de que a severidade da iniciação e o gosto pelos outros membros estão positivamente correlacionados. Isso significa que quanto mais severa a iniciação, mais o membro gostará de seus irmãos da fraternidade. Não importa o quão altamente correlacionadas as duas variáveis sejam, no entanto, não podemos concluir, apenas com base nos dados da nossa pesquisa, que iniciações severascausar gosto pelo grupo. Tudo o que podemos concluir dessa pesquisa é que esses dois fatores estão associados um ao outro.

É possível que a correlação positiva entre iniciação severa e gostar de outros membros de uma fraternidade exista não porque iniciações severas façam com que os membros gostem mais de seus grupos, mas justamente pela razão oposta. Pode ser que o alto apelo pessoal do grupo cause iniciações severas. Se os membros do grupo se veem como a nata da cultura, eles podem tentar manter a situação assim, mantendo um grupo de elite. E podem tentar manter um grupo de elite exigindo uma iniciação severa para desencorajar as pessoas menos motivadas de ingressar. Somente com base nos dados da nossa pesquisa, não podemos concluir que essa explicação é falsa e que iniciações severas realmente levam ao gosto. Os dados não nos fornecem nenhuma base para fazer essa escolha, porque eles não nos dizem nada sobre causa e efeito.

Além disso, como vimos, uma terceira variável poderia estar causando *tanto* iniciações graves e gostar. Quem gostaria de dar e receber uma iniciação severa? Ora, pessoas com fortes tendências sadomasoquistas, é claro. Essas pessoas podem gostar umas das outras não por causa da iniciação, mas porque “pássaros da mesma pena” (neste caso, pássaros muito cruéis) tendem a gostar uns dos outros. Embora isso possa soar como uma explicação estranha, certamente é possível. O que é mais preocupante para o pesquisador são as inúmeras outras explicações nas quais ele nem consegue pensar. O método experimental, baseado na técnica de atribuição aleatória a condições experimentais, elimina tudo isso de uma só vez. Os sadomasoquistas neste experimento têm tanta chance de serem atribuídos à condição de não iniciação quanto à condição de iniciação severa. Em um estudo do mundo real, quase todos eles se atribuíam à condição de iniciação severa, tornando os resultados ininterpretáveis.

O desafio da experimentação em psicologia social

Nem tudo é ensolarado no mundo da experimentação. Existem alguns problemas sérios relacionados com a realização de experimentos. O controle é uma das principais vantagens do experimento, mas é impossível exercer controle completo sobre o ambiente dos participantes humanos. Uma das razões pelas quais muitos psicólogos trabalham com ratos em vez de pessoas é que os pesquisadores são capazes de controlar quase tudoisso acontece com seus participantes desde o momento de seu nascimento até o

término do experimento: clima, dieta, exercícios, grau de exposição a companheiros de brincadeira, ausência de experiências traumáticas e assim por diante. Os psicólogos sociais não mantêm participantes humanos em gaiolas para controlar suas experiências. Embora isso torne o mundo mais feliz para os participantes, também torna a ciência um pouco desleixada.

Controle versus controle de impacto é ainda mais limitado pelo fato de que os indivíduos diferem uns dos outros de inúmeras maneiras sutis. Os psicólogos sociais tentam fazer afirmações sobre o que as pessoas fazem. Com isso queremos dizer, é claro, o que a maioria das pessoas faz na maioria das vezes sob um determinado conjunto de condições. Na medida em que diferenças individuais não medidas estão presentes em nossos resultados, nossas conclusões podem não ser precisas para todas as pessoas. Diferenças em atitudes, valores, habilidades, características de personalidade e experiências recentes podem afetar a maneira como as pessoas respondem em um experimento. Assim, mesmo com nossa capacidade de controlar a própria situação experimental, a mesma situação pode não afetar cada pessoa exatamente da mesma maneira.

Além disso, quando conseguimos controlar o cenário experimental de modo que seja exatamente igual para todas as pessoas, corremos o risco de tornar a situação tão estéril que o participante tende a não levá-la a sério. A palavra estéril tem pelo menos dois significados: (1) livre de germes e (2) ineficaz ou estéril. O experimentador deve se esforçar para tornar a situação experimental o mais “livre de germes” possível, sem torná-la estéril ou improvável para o participante. Se os participantes não acharem os eventos de um experimento interessantes e absorventes, é provável que suas reações não sejam espontâneas e, portanto, nossos resultados terão pouco significado.

Assim, além do controle, um experimento deve *impactar* os participantes. Eles devem levar o experimento a sério e se envolver nele, para que não afete seu comportamento de maneira significativa. A dificuldade para os psicólogos sociais é que esses dois fatores cruciais, impacto e controle, muitas vezes funcionam de maneiras opostas: à medida que um aumenta, o outro tende a diminuir. O dilema que os experimentadores enfrentam é como maximizar o impacto sobre os participantes sem sacrificar o controle sobre a situação. Resolver este dilema requer considerável criatividade e engenhosidade no projeto e construção de situações experimentais. Isso nos leva ao problema do realismo.

Realismo No início deste capítulo, mencionei que uma crítica frequente aos experimentos de laboratório é que eles são artificiais eimitações inventadas do mundo - que não são "reais". O que queremos dizer com real? Vários anos atrás, escrevendo sobre o método experimental, Merrill Carlsmith e eu[8] tentou localizar a definição de real. Raciocinamos que um experimento pode ser realista de duas maneiras distintas: primeiro, se um experimento tem um impacto sobre os participantes, os força a levar o assunto a sério e os envolve nos procedimentos, podemos dizer que atingiu o *realismo experimental* . Em segundo lugar, se o experimento de laboratório é semelhante aos eventos que freqüentemente acontecem às pessoas no mundo exterior, podemos dizer que alcançou o *realismo mundano* . Freqüentemente, a confusão entre o realismo experimental e o realismo mundano é responsável pela crítica de que os experimentos são artificiais e inúteis porque não refletem o mundo real.

A diferença entre os dois realismos pode ser melhor ilustrada por um exemplo de um estudo com alto nível de realismo experimental, mas baixo em realismo mundano. Lembre-se do experimento de Stanley Milgram, discutido no Capítulo 4 , no qual cada participante foi solicitado a aplicar choques de intensidade crescente a outra pessoa que supostamente estava conectada a um aparelho elétrico em uma sala adjacente. Agora, honestamente, quantas vezes na vida cotidiana somos solicitados a aplicar choques elétricos nas pessoas? A configuração não era realista, mas apenas no sentido mundano. O procedimento tinha realismo experimental - isto é, os participantes estavam envolvidos nele, eles o levaram a sério, teve um impacto sobre eles, era parte de seu mundo real naquele momento? Ou eles estavam apenas encenando, não levando a sério, executando os movimentos, cantarolando? Milgram relata que seus participantes sentiram muita tensão e desconforto. Mas vou deixar Milgram descrever, em suas próprias palavras, como era a aparência de um participante típico.

Observei um empresário maduro e inicialmente equilibrado entrar no laboratório sorridente e confiante. Em 20 minutos, ele foi reduzido a uma crise de espasmos e gagueira, que estava se aproximando rapidamente de um colapso nervoso. Ele constantemente puxava o lóbulo da orelha e torcia as mãos. A certa altura, ele empurrou o punho na testa e murmurou: "Oh, Deus, vamos parar com isso." E ainda assim ele continuou a responder a cada palavra do experimentador e obedeceu até o fim.[9]

Isso dificilmente parece ser o comportamento de uma pessoa em uma situação irreal. As coisas que aconteciam aos participantes de Milgram eram reais,mesmo que não tenham acontecido com eles em sua experiência cotidiana. Conseqüentemente, parece seguro concluir que os resultados desse experimento são uma indicação razoavelmente precisa da maneira como as pessoas reagiriam se um conjunto semelhante de eventos ocorresse no mundo real.

Engano A importância do realismo experimental não pode ser superestimada. A melhor maneira de atingir essa qualidade essencial é projetar um ambiente que seja absorvente e interessante para os participantes. Ao mesmo tempo, é freqüentemente necessário disfarçar o verdadeiro propósito do estudo. Por que a necessidade de disfarce?

No início deste livro, observei que quase todo mundo é psicólogo social amador, no sentido de que todos vivemos em um mundo social e estamos constantemente formando hipóteses sobre coisas que estão acontecendo conosco. Isso também é verdade para os indivíduos que atuam como participantes em nossos experimentos. Porque eles estão sempre tentando descobrir as coisas, se eles soubessem o que estamos tentando chegar, eles poderiam estar aptos a se comportar de uma maneira consistente com suas próprias hipóteses - em vez de se comportar de uma maneira que seja natural e usual para eles. Por esta razão, os experimentadores tentam esconder a verdadeira natureza da experiência dos participantes. Como quase sempre lidamos com adultos inteligentes, essa não é uma tarefa fácil; mas é um requisito absoluto na maioria dos experimentos se quisermos ter uma chance de obter dados válidos e confiáveis.

Essa exigência coloca o psicólogo social na posição de um diretor de cinema que está preparando o cenário para a ação, mas não dizendo ao ator do que se trata a peça. Esses cenários são chamados de histórias de capa e são projetados para aumentar o realismo

experimental, produzindo uma situação em que o participante possa agir naturalmente, sem ser inibido por saber exatamente qual aspecto do comportamento está sendo estudado. Por exemplo, no estudo de iniciação Aronson-Mills, dissemos aos participantes que eles estavam fazendo um teste de constrangimento para rastreá-los quanto à participação em um grupo que estaria discutindo a psicologia do sexo; esta foi a história de capa. Foi puro engano. Na verdade, nós os estávamos submetendo a uma iniciação para ver que efeito, se algum, isso teria em seu gosto pelo grupo. Se os participantes estivessem cientes do verdadeiro propósito do estudo antes de sua participação, os resultados não teriam sentido.

Na verdade, os pesquisadores que estudaram esta questão mostraram que se os participantes sabem o verdadeiro propósito de um experimento, eles não se comportam naturalmente, mas tentam executar de uma forma que os coloca em uma boa luz ou tentar "ajudar" o experimentador comportando-se de uma maneira que faria o experimento sair como os participantes acham que deveria. Ambos os resultados são desastrosos para o experimentador. O experimentador geralmente consegue refrear o desejo do participante de ser útil, mas é mais difícil refrear o desejo do participante de ter uma boa aparência. A maioria das pessoas não quer ser considerada obediente, fraca, anormal, conformista, pouco atraente, estúpida ou louca. Assim, se tiver a chance de descobrir o que o experimentador está procurando, a maioria das pessoas tentará fazer com que pareçam boas ou o que acham que é "normal". Por exemplo, em um experimento projetado especificamente para examinar esse fenômeno,[10] quando meus colegas e eu dissemos aos participantes que um determinado resultado indicava que eles possuíam um bom traço de personalidade, eles fizeram o que puderam para produzir esse resultado com muito mais frequência do que quando dissemos que refletia um traço negativo. Embora esse comportamento seja compreensível, ele interfere nos resultados significativos. Por esta razão, os experimentadores acham necessário enganar os participantes sobre a verdadeira natureza do experimento.

Para ilustrar, vamos olhar novamente para Solomon Asch[11] experimento clássico em conformidade. Lembre-se de que, neste estudo, foi atribuída a um aluno a tarefa simples de julgar o tamanho relativo de algumas linhas. Mas alguns outros alunos, que foram cúmplices do experimentador, propositalmente fizeram um julgamento incorreto. Nessa situação, um número considerável de participantes cedeu à pressão implícita do grupo e declarou um julgamento incorreto. Os participantes foram enganados: eles pensaram que estavam em um experimento de percepção, mas na verdade estavam em um estudo de conformidade. Esse engano era necessário? Eu penso que sim. Vamos reproduzir sem o engano: imagine que você entra neste estudo e o experimentador diz a você: "Estou interessado em estudar se você se conformará ou não diante da pressão do grupo", e então ele lhe diz o que vai acontecer . Meu palpite é que você não se conformaria. Meu palpite é que quase ninguém se conformará, porque a conformidade é considerada um ato fraco e pouco atraente. O que o experimentador poderia ter concluído? Que as pessoas tendem a ser não-conformistas? Tal conclusão seria errônea e enganosa. Tal experimento não teria sentido.

Nos experimentos de Milgram sobre obediência, cerca de 65% dos cidadãos médios estavam dispostos a administrar choques intensos a outra pessoa em obediência ao

comando do experimentador. No entanto, a cada ano, quando descrevo a situação experimental para os alunos da minha classe e pergunto se eles obedeceriam a tal comando, apenas1 por cento indica que sim. Isso significa que meus alunos são pessoas mais legais do que os participantes de Milgram? Acho que não. Acho que significa que as pessoas, se tiverem uma chance, tentarão ter uma boa aparência. Assim, a *menos que* Milgram usasse o engano, ele teria conseguido resultados que simplesmente não refletem a maneira como as pessoas se comportam quando são levadas a acreditar que estão em situações reais. Se tivéssemos de dar às pessoas a oportunidade de sentar, relaxar e adivinhar como se comportariam em determinada situação, obteríamos uma imagem de como as pessoas gostariam de ser, em vez de uma imagem de como as pessoas são.

Problemas de replicação

A investigação científica não termina quando um experimento termina. Raramente um único experimento, mesmo aquele perfeitamente construído e que produza resultados belos e claros, nos dá as respostas finais. A próxima etapa no processo da ciência é a *replicação* , na qual o estudo original é repetido por outros pesquisadores em outros laboratórios. A replicação ajuda a esclarecer a pesquisa, estabelecendo as condições sob as quais se aplica e aquelas sob as quais não se aplica, bem como para quem é mais aplicável - por exemplo, funciona apenas para jovens adultos, americanos e estudantes universitários ou para idosos, europeus e operários também? A replicação também pode determinar se o fenômeno é robusto e duradouro ou algo como um acaso. Se os cientistas são incapazes de duplicar os resultados originais, uma das duas coisas deve ser verdadeira: eles não fizeram as replicações de maneira precisa ou apropriada, ou as conclusões dos investigadores originais foram limitadas ou erradas.

No início deste capítulo, eu disse que fazer um bom experimento é uma questão de arte e ciência. Quando trabalhei com meus colegas fazendo experimentos de dissonância, por exemplo, passei muito tempo acertando as coisas, trabalhando, como disse, tanto como um diretor de cinema quanto como um investigador científico. A parte “ciência” é mais fácil de replicar do que a parte “arte”. Afinal, posso comer um magnífico suflê em um restaurante e ficar tão impressionado com a criação do chef que imediatamente compro seu livro de receitas sobre como fazer o suflê perfeito. Posso usar a receita dele para tentar “replicar” aquela criação, mas garanto que a minha parecerá (e terá gosto!) Mais parecida com um tijolo do que com sua mistura leve e fofa. Teorias e procedimentos são como receitas. Às vezes, uma replicação falha é uma falha da técnica, uma leitura incorreta da receita, não uma falha da hipótese.

Às vezes, uma replicação detecta um erro nos procedimentos dos experimentadores originais, na análise de dados ou mesmo em sua preconceitos. Um estudo bem feito, na verdade irresistível, conduzido na década de 1970, mostrou que bebês recém-nascidos imitam as expressões faciais de adultos - por exemplo, o experimentador colocaria a língua para fora e o bebê faria o mesmo - sugerindo que os bebês nascem com a habilidade imitar. Mas um experimento muito melhor controlado conduzido recentemente descobriu que essa habilidade de imitação é aprendida a partir dos seis meses de idade.[12]

Finalmente, às vezes uma replicação falha, mas ao fazê-lo revela um ingrediente ausente anteriormente desconhecido que era crucial para a pesquisa original, mas que estava

ausente na segunda. Considere um estudo no qual alunos de uma minoria que escreveram ensaios descrevendo um valor pessoal importante receberam notas mais altas do que alunos de um grupo de controle que escreveram ensaios sobre os valores de outras pessoas.[13] Essa foi uma descoberta dramática, então houve muitas tentativas de replicação, mas apenas algumas funcionaram. Isso significa que o estudo original era falso? De jeito nenhum. Acontece que esta intervenção não funciona em todas as escolas; ele se replica apenas quando é usado em escolas onde os alunos da minoria sentem muito preconceito contra eles.[14]

No entanto, surgiu um novo problema em todas as ciências, possibilitado pelas mídias sociais: uma série de descobertas "quentes" agora recebem atenção instantânea (muitas vezes seguida por uma palestra TED) - e geralmente esfriam quando outros pesquisadores tentam reproduzi-las. Aqui estão alguns exemplos de estudos que se tornaram virais, mas não foram apoiados por outros pesquisadores: Ler uma lista de palavras relacionadas à idade ativa imagens de "pessoas idosas" e faz os jovens andarem mais devagar; lavar as mãos faz você se sentir menos culpado , trabalhar em uma sala com um grande pôster com os olhos de um homem olhando para você torna você mais honesto, cheirar o "hormônio do abraço" oxitocina torna você mais empático e segurar uma xícara de café quente faz você se sentir mais amado. Uma das mais populares era a alegada “pose de poder”: colocar as mãos nos quadris e ampliar sua postura faria as pessoas se sentirem mais ousadas e confiantes e até aumentaria seus níveis de testosterona. Em pouco tempo, um dos pesquisadores do estudo escreveu um livro best-seller e deu uma palestra TED que se tornou uma das mais vistas na história do TED, "Your Body Language Shapes Who You Are". (Na verdade, essa ideia se tornou *tão* popular que eu não ficaria surpreso se milhões de pessoas ao redor do mundo estivessem começando seu dia em frente a um espelho de corpo inteiro na pose de poder da Mulher Maravilha.) Infelizmente, a maioria das muitas réplicas disso a pesquisa não conseguiu produzir resultados significativos, especialmente em relação às alegações de testosterona ea persistência do efeito. Joseph Simmons e Uri Simonsohn[15] conduziram uma análise estatística em 33 dos estudos publicados subsequentemente, que usaram amostras muito maiores do que os originais, e concluíram que "a evidência existente é muito fraca para ... defender que as pessoas se envolvam em poses de poder para melhorar suas vidas."

Hoje, infelizmente, há muitas “descobertas” da psicologia social pop que chamam a atenção do público e não passam no teste de replicação.[16] Mas isso não significa que os *métodos* básicos de experimentação psicossocial estejam em falta - significa que a ciência está avançando como deveria, corrigindo seus erros e avançando nas descobertas que se sustentam. No entanto, também significa que o público deve ser cauteloso com descobertas sensacionais, improváveis ou simplistas e perguntar: "Mas elas foram reproduzidas?"

Problemas Éticos

Usar o logro pode ser a melhor (e muitas vezes a única) maneira de obter informações úteis sobre a maneira como as pessoas se comportam em situações complicadas, mas apresenta ao experimentador três problemas éticos:

1.É simplesmente antiético mentir para as pessoas. No mundo de hoje de “notícias falsas” e mentiras flagrantes de políticos, os cientistas sociais podem justificar aumentar a poluição do engano que existe atualmente?
2.A decepção freqüentemente leva a uma invasão de privacidade. Quando os participantes não sabem o que o experimentador está realmente estudando, eles não estão em posição de dar seu consentimento informado. Por exemplo, no experimento de Asch, alguns alunos poderiam não ter concordado em participar se soubessem com antecedência que Asch estava interessado em examinar sua tendência para a conformidade em vez de seu julgamento perceptivo.
3.Os procedimentos experimentais geralmente envolvem algumas experiências desagradáveis, como dor, tédio, ansiedade ou constrangimento.

Os problemas éticos surgem mesmo quando o engano não é usado e quando os procedimentos experimentais não são extremos. Às vezes, até mesmo o procedimento aparentemente mais benigno pode afetar profundamente alguns participantes de maneiras que não poderiam ser facilmente previstas, mesmo pelos experimentadores mais sensíveis e cuidadosos. Considere uma série de experimentos sobre “dilemas sociais”, conduzidos por Robyn Dawes, Jeanne McTavish e Harriet Shaklee.[17] Normalmente, os participantes se deparam com a decisão de cooperar com um parceiro ou “desertar”.Se todos cooperarem, todos se beneficiam financeiramente; mas se um ou mais participantes decidirem desertar, eles recebem uma grande recompensa, e aqueles que optam por cooperar ficam em desvantagem financeira. As respostas são anônimas e assim permanecem ao longo do estudo. As regras do jogo são totalmente explicadas a todos os participantes no início do experimento. E nenhum engano está envolvido. Este cenário parece bastante inócuo.

Mas, 24 horas após uma sessão experimental, um homem telefonou para o experimentador. Ele foi o único desertor em seu grupo e ganhou $ 190. Ele queria devolver seus ganhos e dividi-los entre os outros participantes (que cooperaram e ganharam apenas $ 1 cada). Ele se sentia infeliz com seu comportamento ganancioso, disse ele, e não havia dormido a noite toda. Depois de um experimento semelhante, uma mulher que cooperou enquanto outras desertaram relatou que se sentia ingênua e aprendera que as pessoas não eram tão confiáveis quanto ela pensava antes. Apesar do planejamento cuidadoso dos pesquisadores, portanto, esses experimentos tiveram um impacto poderoso sobre os participantes que não poderia ser facilmente antecipado. Meu ponto é simples, mas importante: nenhum código de ética pode antecipar todos os problemas, especialmente aqueles criados quando os participantes descobrem algo desagradável sobre si mesmos ou outras pessoas no decorrer de sua participação.

Os psicólogos sociais que realizam experimentos estão profundamente preocupados com as questões éticas, precisamente porque seu trabalho é construído sobre um dilema ético. Deixe-me explicar. Esse dilema se baseia em dois valores conflitantes que a maioria dos psicólogos sociais concorda. Por um lado, eles acreditam no valor da investigação científica livre. Por outro lado, eles acreditam na dignidade das pessoas e em seu direito à

privacidade. Esse dilema é real e não pode ser descartado defendendo piamente a importância de preservar a dignidade humana ou prometendo lealdade à causa da ciência. E os psicólogos sociais devem enfrentar esse problema de frente, não apenas uma vez, mas todas as vezes que planejam e conduzem um experimento - pois não existe um conjunto concreto e universal de regras ou diretrizes capazes de governar todos os experimentos.

Obviamente, algumas técnicas experimentais apresentam mais problemas do que outras. Em geral, os experimentos que empregam o engano são motivo de preocupação porque o ato de mentir é, em si mesmo, questionável, mesmo que o engano esteja a serviço de descobrir a verdade. E procedimentos que causam dor, constrangimento, culpa ou outros sentimentos intensos apresentam problemas éticos óbvios.

Um problema ético mais sutil surge quando os participantes confrontam algum aspecto de si mesmos que não é agradável ou positivo, como fizeram algumas das pessoas nos experimentos de Dawes, McTavish e Shaklee. E muitos dos participantes de Solomon Asch aprenderam que se conformariam em face da pressão do grupo; muitos participantes em nosso próprio experimento (Aronson e Mettee[18]) aprenderam que eram capazes de trapacear em um jogo de cartas; a maioria dos participantes de Milgram aprendeu que obedeceriam a uma autoridade mesmo se tal obediência (aparentemente) envolvesse ferir outra pessoa.

Pode-se argumentar que tal autodescoberta é um benefício terapêutico ou educacional para os participantes; na verdade, muitos próprios participantes fizeram essa afirmação. Mas isso, por si só, não justifica esses procedimentos. Afinal, como um experimentador poderia saber de antemão que seria terapêutico? Além disso, seria arrogante da parte de qualquer cientista decidir que ele ou ela tem o direito ou a habilidade de fornecer às pessoas uma experiência terapêutica sem sua permissão prévia para fazê-lo.

Dados esses problemas, os fins da pesquisa psicossocial justificam os meios? Este é um ponto discutível. Alguns argumentam que, não importa quais sejam os objetivos desta ciência e quaisquer que sejam as conquistas, eles não valem a pena se as pessoas são enganadas ou submetidas a algum desconforto. No extremo oposto do espectro, outros insistem que os psicólogos sociais estão descobrindo coisas que podem ter benefícios profundos para a humanidade e, portanto, quase qualquer preço vale a pena pagar pelos resultados.

Minha própria posição está em algum lugar no meio. Acredito que a ciência da psicologia social é valiosa e também acredito que a saúde e o bem-estar dos participantes do experimento devem ser protegidos em todos os momentos. Ao decidir se um determinado procedimento experimental é ético, acredito que uma análise de custo-benefício seja apropriada. Ou seja, devemos considerar quanto bem derivará de fazer o experimento e quanto dano será causado aos participantes do experimento. Dito de outra forma, os benefícios para a ciência e a sociedade são comparados com os custos para os participantes, e essa proporção é incluída no cálculo de decisão. Infelizmente, essa comparação é difícil de fazer porque nunca podemos estar absolutamente certos do benefício ou do dano antes do experimento.

Considere o experimento de obediência. À primeira vista, foi um procedimento difícil, sem dúvida - sem dúvida. Mas Milgram não tinha como saber exatamente o quão difícil era até que ele estava profundamenteno experimento. Em minha opinião, foi também um experimento extremamente esclarecedor, que nos ensinou muito sobre o comportamento humano. No balanço, estou feliz que Milgram foi em frente com isso. No entanto, sei que nem todos concordarão comigo. Imediatamente após sua publicação, o experimento foi criticado por motivos éticos, tanto pela imprensa popular quanto por cientistas sérios.

Poucos anos depois de ter publicado seus resultados, Stanley Milgram confidenciou-me - infelizmente, e com um toque de amargura - que acreditava que muitas das críticas foram alimentadas pelos resultados que obteve, e não pelo procedimento real que empregou. Isso, por si só, evoca uma questão interessante: as críticas à ética do procedimento de Milgram teriam sido menos veementes se nenhum dos participantes tivesse administrado choques além de um nível moderado de intensidade? Mais de uma década depois, Leonard Bickman e Matthew Zarantonello[19] descobriu que as ruminações de Milgram estavam certas. Eles fizeram um pequeno experimento simples no qual pediram a 100 pessoas que lessem a seção de procedimentos do experimento de Milgram. Aqueles que foram informados de que uma alta proporção dos participantes de Milgram tinha sido totalmente obediente classificaram o procedimento como mais prejudicial (e, portanto, menos ético) do que aqueles que foram informados de que quase ninguém havia sido totalmente obediente.

Em uma nota mais geral, eu sugeriria que a ética de qualquer experimento pareceria menos problemática quando os resultados nos dizem algo agradável ou lisonjeiro sobre a natureza humana do que quando nos dizem algo que preferiríamos não saber. Isso certamente não significa que devemos limitar nossa pesquisa à descoberta de coisas lisonjeiras! O experimento de obediência de Milgram é um excelente exemplo disso. Acredito que, se um cientista está interessado em estudar até que ponto uma pessoa irá prejudicar os outros em obediência cega à autoridade, não há como fazer isso sem produzir algum grau de desconforto.

Em suma, a decisão de um psicólogo social de fazer ou não um determinado experimento depende de uma avaliação de seus custos e benefícios potenciais. Sempre aconselhei meus alunos a seguir estas cinco diretrizes:

1.Procedimentos que causam dor ou desconforto intensos devem ser evitados, se possível. Dependendo da hipótese que está sendo testada, algum desconforto pode ser inevitável.
2.Os experimentadores devem fornecer aos participantes a opção real de desistir do experimento se o desconforto se tornar muito intenso.
3.Os experimentadores devem estar atentos a procedimentos alternativos ao engano. Se algum outro procedimento viável puder ser encontrado, ele deve ser usado.
4.Os experimentadores devem passar um tempo considerável com cada participante no final da sessão experimental, explicando cuidadosamente os detalhes do experimento, seu verdadeiro propósito e as razões do engano ou desconforto. Durante esta sessão de **debriefing** , eles devem fazer o possível para proteger a dignidade dos participantes, para evitar

que se sintam estúpidos ou crédulos por terem “caído no engano”. Eles devem certificar-se de que os participantes deixem a cena de bom humor, sentindo-se bem consigo mesmos e com seu papel no experimento. Isso pode ser realizado por qualquer experimentador sério que esteja disposto a despender tempo e esforço para retribuir a cada participante (com informações e consideração) o papel vital que desempenhou no empreendimento científico.
5.Finalmente, os experimentadores não devem realizar um experimento que dependa de engano ou de criar desconforto "apenas para o inferno". Antes de entrar no laboratório, os experimentadores devem ter certeza de que seu experimento é sólido e vale a pena, que eles estão buscando a resposta para uma pergunta interessante e fazendo isso de uma maneira cuidadosa e bem organizada.

interrogatório:

o procedimento pelo qual o objetivo do estudo e exatamente o que aconteceu é explicado aos participantes no final de um experimento

Os experimentadores em psicologia social se esforçam ao máximo para ser o mais sensíveis possível às necessidades de seus participantes. Embora muitos experimentos envolvam procedimentos que causam algum grau de desconforto, a grande maioria desses procedimentos contém muitas salvaguardas para a proteção dos participantes. Novamente, voltemos ao experimento da obediência simplesmente porque, da perspectiva dos participantes, é um dos procedimentos mais estressantes relatados neste livro. Milgram trabalhou duro após o experimento para transformar a experiência geral em algo útil e estimulante para seus participantes, e seus esforços foram recompensados. Várias semanas após o experimento, 84 por cento dos participantes relataram que estavam felizes por ter participado do estudo; 15 por cento relataram sentimentos neutros; e apenas 1 por cento afirmou lamentar ter participado. (Devemos ver essas descobertas com cautela, no entanto. A discussão sobre dissonância cognitiva no Capítulo 3 nos ensinou que as pessoas às vezes justificam seu comportamento mudando suas atitudes anteriormente mantidas.) Provas mais convincentes vêm de um estudo de acompanhamento: Um ano depois o programa experimental foi concluído, um psiquiatra universitárioentrevistou uma amostra aleatória de participantes e não encontrou evidências de efeitos prejudiciais; em vez disso, a resposta típica foi que sua participação foi instrutiva e enriquecedora.[20]

Nossa dívida para com os participantes Tenho discutido as vantagens do método experimental e mostrado como é complexo e desafiador projetar um experimento de laboratório em psicologia social. Compartilhei um pouco da empolgação que sinto em superar as dificuldades e discuti maneiras de garantir o bem-estar, bem como o aprendizado, dos participantes de nossos experimentos. O conhecimento, as informações e as percepções sobre o comportamento social humano descritos neste livro baseiam-se nas técnicas e procedimentos discutidos neste capítulo. Também se baseiam na cooperação de dezenas de milhares de indivíduos que nos permitiram estudar seu comportamento em laboratórios de todo o mundo. Devemos muito a eles. Em última análise, nossa compreensão dos seres humanos em toda a sua complexidade repousa

em nossa engenhosidade no desenvolvimento de técnicas para estudar o comportamento, que são bem controladas e influentes, sem violar a dignidade essencial daqueles indivíduos que contribuem para a nossa compreensão servindo como participantes experimentais.

E se nossas descobertas forem mal utilizadas?

Há uma consideração ética adicional: a responsabilidade moral do cientista pelo que ele descobre. Ao longo deste livro, tratei de alguns antecedentes poderosos da persuasão. Isso foi particularmente verdadeiro no Capítulo 3 , onde discuti técnicas para induzir a auto-persuasão, e em alguns dos capítulos subsequentes, onde discuti as aplicações dessas técnicas. A auto-persuasão é uma força poderosa porque os persuadidos nunca sabem o que os atingiu. Eles passam a acreditar que uma determinada coisa é verdade, não porque algum demagogo, anúncio ou amigo do Facebook os convenceu disso, mas porque eles se convenceram. Além do mais, frequentemente não sabem por que ou como passaram a acreditar nisso. Isso torna o fenômeno não apenas poderoso, mas também assustador. Enquanto eu souber por que comecei a acreditar em X, estarei relativamente livre para mudar de ideia; mas se tudo o que sei é que X é verdadeiro - e isso é tudo o que importa - é muito mais provável que me apegue a essa crença, mesmo diante de uma enxurrada de evidências negativas.

Os mecanismos que descrevi podem ser usados para fazer as pessoas usarem fio dental, parar de intimidar pessoas menores, reduzir a dor ou amar seus vizinhos. Muitas pessoas podem considerar esses bons resultados, mas eles são manipuladores da mesma forma. Além disso, os mesmos mecanismos também podem ser usados para fazer com que as pessoas comprem determinadas marcas de pasta de dente e talvez votem em determinados candidatos políticos. Nesta era de giros políticos, propagandistas e vendedores ambulantes, não é imoral usar técnicas poderosas de influência social?

Como meus leitores já devem saber, como uma pessoa real vivendo no mundo real, tenho muitos valores - e não fiz nenhum esforço para ocultá-los; eles se destacam por todo o lugar. Por exemplo, se eu tivesse o poder, usaria os métodos mais humanos e eficazes à minha disposição para acabar com a intolerância e a crueldade. Estou igualmente ciente de que, uma vez que esses métodos sejam desenvolvidos, outros podem usá-los para atingir fins com os quais posso não concordar; cada ferramenta que nós, humanos, inventamos pode ser usada para o bem ou para o mal, para construir ou destruir. Essa constatação me preocupa muito. Também estou ciente de que outras pessoas não compartilham meus valores.

Ao mesmo tempo, os fenômenos que venho descrevendo neste livro não são novos nem são de domínio exclusivo dos psicólogos sociais. Afinal, não foi um psicólogo social que deixou Landry viciado em Marlboros ou que inventou o lowballing; não foi um psicólogo social que induziu os soldados a justificar a matança desenfreada de civis; não foi um psicólogo social que ensinou aos nazistas como usar a “Grande Mentira” para manipular os cidadãos alemães. Eles fizeram o que fizeram por conta própria.

Os psicólogos sociais estão tentando entender esses fenômenos e muitos outros que acontecem no mundo todos os dias, e têm sido desde tempos imemoriais, para melhor ajudar as pessoas a entender como e por que fazemos o que fazemos. Esse objetivo não

nos isenta da responsabilidade moral. Nossa pesquisa frequentemente produz técnicas de influência social facilmente aplicáveis, e alguns indivíduos podem usar essas técnicas para ganho pessoal, controle sobre os outros e até mesmo, nas mãos de um demagogo, para transformar nossa sociedade em um pesadelo orwelliano. Não é minha intenção pregar sobre as responsabilidades dos psicólogos sociais em geral. Só posso especificar o que acredito ser minhas próprias responsabilidades: educar o público sobre como o conhecimento e as técnicas psicossociais podem ser usados para um bem maior; permanecer vigilante contra o abuso de conhecimentos e técnicas psicossociais; e para promover boas pesquisas destinadas a aprofundar nossa compreensão de nós, animais sociais - como pensamos, como nos comportamos, o que nos torna agressivos e o que nos torna amorosos. Francamente, não consigo pensar em nenhum empreendimento mais interessante ou mais importante.

Glossário

agressão:

ação intencional com o objetivo de causar dano ou causar dor física ou psicológica

altruísmo:

qualquer ato que beneficie outra pessoa, mas não beneficie o ajudante, muitas vezes envolve algum custo pessoal para o ajudante

amígdala:

a área no centro do cérebro associada a comportamentos agressivos

atitude:

um tipo especial de crença que inclui componentes emocionais e avaliativos - em certo sentido, uma boa ou má avaliação armazenada de um objeto

Teoria de atribuição:

uma teoria que descreve a maneira como as pessoas explicam as causas de seu próprio comportamento e de outras pessoas

ambigüidade atribucional:

um fenômeno pelo qual os membros de um grupo estigmatizado têm dificuldade em interpretar o feedback sobre seu trabalho ou ações

autenticidade:

nossa capacidade de desistir de causar uma boa impressão e começar a revelar coisas honestas sobre nós mesmos

heurística de disponibilidade:

uma regra mental que se refere a julgamentos baseados em quão fácil é para nós trazer exemplos específicos à mente

sexismo benevolente:

uma atitude em relação às mulheres que parece favorável, mas na verdade é paternalista; tem visões estereotipadamente positivas das mulheres, mas por baixo assume que as mulheres são o sexo mais fraco e menos competente

ponto cego de polarização:

a crença de que somos mais objetivos e menos preconceituosos do que a maioria das outras pessoas

culpando a vítima:

a tendência de culpar as vítimas por sua vitimização, atribuindo suas dificuldades a suas próprias personalidades, deficiências ou comportamento

efeito espectador:

o que ocorre quando outro observador ou outros observadores tendem a inibir ações úteis

catarse:

especificamente, a liberação de energia; Freud acreditava que, a menos que as pessoas pudessem expressar um comportamento agressivo, a energia agressiva seria represada, a pressão aumentaria e a energia assim produzida buscaria uma saída, resultando em violência ou um sintoma de doença mental

via central para a persuasão:

o caminho que envolve pesar argumentos e considerar fatos e números relevantes, pensar sobre as questões de uma forma sistemática e chegar a uma decisão

dissonância cognitiva:

um estado de tensão que ocorre sempre que um indivíduo mantém simultaneamente duas cognições (ideias, atitudes, crenças, opiniões) que são psicologicamente inconsistentes

avaros cognitivos:

a ideia de que as pessoas procuram maneiras de conservar energia cognitiva; eles fazem isso tentando adotar estratégias que simplificam problemas complexos

relacionamento comunal:

relacionamentos em que nenhum dos parceiros está marcando pontos, sentindo que, a longo prazo, alguma aparência de equidade ocorrerá

amor companheiro:

um amor que é uma experiência mais branda e estável, marcada por sentimentos de confiança mútua, confiabilidade e cordialidade

conformidade:

descreve o comportamento de uma pessoa motivada pelo desejo de recompensa ou para evitar punição

viés de confirmação:

uma tendência de buscar confirmação de impressões ou crenças iniciais

conformidade:

mudanças no comportamento ou nas opiniões de uma pessoa como resultado de pressão real ou imaginária de uma pessoa ou grupo de pessoas

efeito de contraste:

um objeto parece ser melhor ou pior do que é, dependendo da qualidade dos objetos com os quais é comparado

credibilidade:

se a fonte de uma comunicação for especializada e confiável, essa fonte provavelmente terá um impacto nas crenças do público

interrogatório:

o procedimento pelo qual o objetivo do estudo e exatamente o que aconteceu é explicado aos participantes no final de um experimento

desumanizar:

o processo de ver as vítimas como não humanos, o que diminui as inibições contra ações agressivas e também torna a agressão contínua mais fácil e mais provável

desindividuação:

um estado de autoconsciência reduzida, preocupação reduzida com a avaliação social e restrições enfraquecidas contra formas proibidas de comportamento

variável dependente:

uma resposta considerada "dependente" de uma determinada condição experimental

dessensibilização:

um processo pelo qual nos tornamos cada vez menos angustiados quando vemos pessoas feridas

Difusão de responsabilidade:

um fenômeno onde a consciência de outras testemunhas difunde os sentimentos de responsabilidade de um espectador para agir

discriminação:

tratamento injusto de membros de um grupo estigmatizado

visão disposicional:

a suposição de que o comportamento de uma pessoa é o resultado de sua personalidade (disposição) e não das pressões existentes na situação

Contágio emocional:

a rápida transmissão de emoções ou comportamentos através de uma multidão

empatia:

a capacidade de compreender ou compartilhar os sentimentos de outra pessoa

armadilha:

o processo pelo qual as pessoas tomam uma pequena decisão, a justificam e, com o tempo, ficam cada vez mais comprometidas com uma crença ou atividade

Eros:

o instinto de vida, postulado por Freud

relações de troca:

relacionamentos nos quais as pessoas envolvidas desejam garantir que algum tipo de equidade seja alcançado e que as recompensas e custos para cada um dos parceiros sejam distribuídos de forma justa

realismo experimental:

quando os procedimentos experimentais têm impacto sobre os participantes, force-os a levar o experimento a sério e envolva-os nos procedimentos

justificativa externa:

a justificativa de uma pessoa para seu comportamento dissonante que é determinado pela situação

técnica do pé na porta:

o processo de usar pequenos favores para encorajar as pessoas a atenderem a pedidos maiores

frustração-agressão:

quando uma pessoa é impedida no caminho para uma meta, a frustração aumentará a probabilidade de uma resposta agressiva

erro fundamental de atribuição:

a tendência de superestimar a importância geral da personalidade ou fatores disposicionais em relação às influências situacionais ou ambientais ao descrever ou explicar a causa do comportamento social

teoria de ganho-perda:

a teoria de que aumenta o comportamento positivo e recompensador de outra pessoa tem mais impacto do que o comportamento constantemente recompensador, e que as perdas no comportamento positivo têm mais impacto do que o comportamento negativo constante de outra pessoa

pensamento de grupo:

um tipo de pensamento em que manter o acordo do grupo substitui uma consideração cuidadosa dos fatos de uma maneira realista

Efeito halo:

um viés no qual uma impressão geral favorável ou desfavorável de uma pessoa afeta nossas inferências e expectativas futuras sobre essa pessoa

heurísticas:

atalhos mentais que fornecem regras gerais para orientar a resolução de problemas e a tomada de decisões

viés retrospectivo:

nossa tendência (geralmente errônea) de superestimar nossos poderes de previsão, uma vez que sabemos o resultado de um determinado evento

sexismo hostil:

refletindo uma aversão ativa às mulheres; segurando pontos de vista estereotipados de uma mulher que sugerem que as mulheres são inferiores aos homens

hipocrisia:

o que ocorre quando as pessoas se isolam da dissonância pela negação, produzindo uma discrepância entre o que praticam e o que pregam

identificação:

uma resposta à influência social provocada pelo desejo de um indivíduo de ser como o influenciador

Teste de associação implícita (IAT):

mede a velocidade das associações positivas e negativas das pessoas a um grupo-alvo

variável independente:

a variável que um experimentador muda ou varia para ver se tem efeito em alguma outra variável

em grupo:

nosso grupo, aquele com o qual nos identificamos e sentimos pertencer

enviesamento do grupo:

quando favorecemos nosso próprio grupo em detrimento de outro

efeito de inoculação:

o processo de tornar as pessoas imunes às tentativas de mudar suas atitudes, inicialmente expondo-as a pequenas doses de argumentos contra sua posição

interdependência:

uma situação em que os indivíduos precisam uns dos outros para ter sucesso

justificativa interna:

a redução da dissonância ao mudar algo sobre si mesmo (por exemplo, a atitude ou comportamento de alguém) na direção de suas declarações

internalização:

a resposta mais profundamente enraizada à influência social; motivação para internalizar uma crença particular enraizada no desejo de estar certo

sala de aula quebra-cabeça:

uma estrutura de sala de aula cooperativa projetada para reduzir o preconceito étnico, racial e de gênero e aumentar a auto-estima e a confiança das crianças, fazendo com que trabalhem em pequenos grupos cooperativos racialmente mistos

justificativa do esforço:

quando uma pessoa passa por uma experiência difícil ou dolorosa para atingir algum objetivo ou objeto, tornando esse objetivo ou objeto mais atraente

aversão à perda:

um fenômeno onde, quando dada uma escolha, as pessoas são mais propensas a tentar evitar perdas do que tentar obter ganhos

lowballing:

uma estratégia inescrupulosa em que um cliente concorda em comprar um produto a um custo muito baixo, após o que o vendedor afirma que o preço foi um erro e então aumenta o preço, apostando que o cliente concordará em fazer a compra pelo preço inflacionado, o que ele ou ela costuma fazer

realismo mundano:

a semelhança de uma experiência com eventos que acontecem frequentemente com pessoas no mundo exterior

opinião:

aquilo que uma pessoa acredita ser factualmente verdadeiro

grupo externo:

um grupo com o qual não nos identificamos; os membros dos quais tendemos a ver como sendo todos iguais

amor apaixonado:

um amor caracterizado por fortes emoções, desejo sexual e intensa preocupação com a pessoa amada

rota periférica para a persuasão:

a rota pela qual uma pessoa responde a pistas simples, muitas vezes irrelevantes, que sugerem a correção ou a incorrecção de um argumento sem pensar muito sobre ele

persuasão:

uma comunicação de uma pessoa que muda as opiniões, atitudes ou comportamento de outra pessoa

ignorância pluralística:

a crença coletiva em uma falsa norma criada pelo comportamento ambíguo de outros

efeito de queda:

um fenômeno em que, mesmo que uma pessoa tenha um alto grau de competência, alguma evidência de falibilidade aumenta sua atratividade

prejuízo:

uma atitude hostil ou negativa em relação a um grupo distinguível, com base em generalizações derivadas de informações erradas ou incompletas; contém um componente cognitivo, emocional e comportamental

efeito de primazia:

o efeito que ocorre quando as informações encontradas primeiro têm mais impacto sobre nossas impressões ou crenças do que as informações subsequentes

priming:

um procedimento baseado na noção de que as ideias que foram recentemente encontradas ou frequentemente ativadas são mais prováveis de virem à mente e, portanto, serão usadas na interpretação de eventos sociais

proximidade:

um dos principais fatores que determinam se gostamos ou amamos alguém é sua proximidade física; é mais provável que nos apaixonemos por alguém que mora em nossa cidade ou próximo a nós, ou frequenta nossa universidade, do que por alguém que mora longe

tarefa aleatória:

o processo no qual todos os participantes têm a mesma chance de estar em qualquer condição de um experimento; por meio da atribuição aleatória, quaisquer variáveis não totalmente controladas são, em teoria, distribuídas aleatoriamente entre as condições

reatância:

quando nosso senso de liberdade é ameaçado e tentamos restaurá-lo

Grupos de referência:

grupos aos quais pertencemos e com os quais nos identificamos

agressão relacional:

uma forma de agressão mais social e não física destinada a ferir os outros, sabotando reputações e relacionamentos com colegas, exemplificada pela divulgação de falsos rumores e fofocas maliciosas

privação relativa:

o sentimento que ocorre quando as pessoas percebem que outras pessoas têm mais ou estão fazendo melhor do que elas, e que o sistema as está tratando injustamente em relação ao que as pessoas ao seu redor têm

Amor romântico:

uma combinação de paixão e intimidade

bode expiatório:

o processo de culpar uma pessoa inocente relativamente impotente por algo que não é sua culpa

scripts:

maneiras de se comportar socialmente que aprendemos implicitamente com a cultura

auto-conceito:

nossa percepção de nossos próprios pensamentos, crenças e traços de personalidade; como nos vemos

auto estima:

as avaliações das pessoas sobre seu próprio valor - isto é, até que ponto elas se consideram boas, competentes e decentes

profecia auto-realizável:

o processo que ocorre quando as pessoas (1) têm uma expectativa sobre como outra pessoa é, o que então (2) influencia como elas agem em relação a essa pessoa, e (3) faz com que essa pessoa se comporte de uma forma que confirme as expectativas originais dessas pessoas

justificativa própria:

a tendência de justificar as próprias ações para manter a autoestima

scripts sexuais:

regras implícitas que especificam o comportamento sexual adequado para uma pessoa em uma determinada situação, variando com o sexo, idade, orientação sexual, etnia e grupo de pares da pessoa

cognição social:

o estudo de como as pessoas pensam sobre o mundo social e tomam decisões sobre eventos socialmente relevantes

teoria da aprendizagem social cognitiva:

a teoria de que as pessoas aprendem a se comportar por meio de seus processos cognitivos, como suas percepções de eventos e por meio da observação e imitação de outros

comparação Social:

o processo pelo qual avaliamos nossas habilidades, realizações, atitudes e outros atributos, comparando-nos a outros

influência social:

as influências que as pessoas têm sobre as crenças, sentimentos e comportamentos dos outros

aprendizagem social:

o processo pelo qual aprendemos o comportamento social, observando os outros

Psicologia Social:

o estudo científico das maneiras pelas quais os pensamentos, sentimentos e comportamentos das pessoas são influenciados pela presença real ou implícita de outras pessoas

estereótipo:

para generalizar características, motivos ou comportamento para um grupo inteiro de pessoas; as imagens em nossa cabeça que moldam nossas impressões sobre pessoas ou grupos de pessoas

ameaça de estereótipo:

a apreensão experimentada por membros de um grupo minoritário de que eles possam confirmar um estereótipo cultural (negativo) existente; esta apreensão demonstrou interferir com o desempenho intelectual

conversa direta:

uma declaração clara dos sentimentos e preocupações de uma pessoa sem acusar, culpar, julgar ou ridicularizar a outra pessoa

testosterona:

um hormônio sexual masculino que mostrou influenciar a agressão

Thanatos:

de acordo com Freud, um impulso instintivo para a morte levando a ações agressivas

efeito de armas:

quando a mera presença de um objeto associado à agressão - espingarda, rifle ou outra arma - serve como uma deixa para uma resposta agressiva

Notas

Capítulo 1 O que é psicologia social?

1 . Clark, K., & Clark, M. (1947). Identificação e preferência racial em crianças negras. Em TM Newcomb & EL Hartley (Eds.), *Readings in social psychology* (pp. 169-178). Nova York: Holt.

2 . Voigt, R., Camp, N., Prabhakaran, V., Hamilton, W., Hetey, R., Griffiths, C., Jurgens, D., Jurafsky, D., & Eberhardt, J. (2017). A linguagem das imagens da câmera do corpo da polícia mostra disparidades raciais no respeito ao policial. *PNAS* 114: 6521–6526.

3 . Hawkins, SA e R. Hastie. (1990). Retrospectiva: julgamentos tendenciosos de eventos passados depois que os resultados são conhecidos. *Psychological Bulletin* 107: 311–327.

4. Kang, C. (2016). Notícias falsas visam a pizzaria como ninho do tráfico de crianças. *New York Times,* 21 de novembro.

Capítulo 2 Cognição Social

1 . Panati, C. (1987). *Origens extraordinárias das coisas do dia a dia.* Nova York: Harper & Row.

2 . Suskind, P. (2001). *Perfume: a história de um assassinato* . Nova York: Vintage.

3 . Golden, C. (2003). *Imagens da leitora da ficção vitoriana britânica e americana.* Gainesville, FL: University Press of Florida

4 . Nin, A. (1961). *Sedução do minotauro* . Athens, OH: Swallow Press.

5 . Bentham, J. (1876/1948). *Um fragmento sobre o governo e uma introdução aos princípios da moral e da legislação.* Oxford: Blackwell. Para uma versão moderna do cálculo felicífico, consulte Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Crença, atitude, intenção e comportamento: uma introdução à teoria e à pesquisa.* Leitura, MA: Addison-Wesley.

6 . Fiske, ST e Taylor, SE (1991). *Cognição social* . Nova York: McGraw-Hill; Kool, W., McGuire, JT, Rosen, ZB, & Botvinick, MM (2010). Tomada de decisão e prevenção da demanda cognitiva. *Journal of Experimental Psychology* , *139,* 665.

7 . Mani, A., Mullainathan, S., Shafir, E., & Zhao, J. (2013). A pobreza impede a função cognitiva. *Science* , *341* , 976–980.

8 . Watson, JB (1930). *Behaviorismo* (edição revisada). Chicago: University of Chicago Press.

9 . Pinker, S. (2003). *A folha em branco: a negação moderna da natureza humana* . Nova York: Penguin.

10 . Bloom, P. (2013). *Apenas bebês: as origens do bem e do mal* . Nova York: Crown.

11 . Barkow, JH, Cosmides, L., & Tooby, J. (Eds.). (1995). *A mente adaptada: psicologia evolutiva e geração de cultura* . Nova York: Oxford University Press; Zihlman, AL, & Bolter, DR (2015). A composição corporal do Pan paniscus em comparação com o Homo sapiens tem implicações nas mudanças durante a evolução humana. *Proceedings of the National Academy of Sciences* , *112* , 7466–7471.

12 . Dunbar, RM (1992) Neocortex size as a constraint on group size in primatas. *Journal of Human Evolution, 22* , 469–493; Gonçalves, B., Perra, N., & Vespignani, A. (2011). Modelando a atividade dos usuários em redes Twitter: Validação do número de Dunbar. *PLoS One* , *6* , e22656.

13 . Gonçalves, B., Perra, N., & Vespignani, A. (2011). Modelando a atividade dos usuários em redes Twitter: Validação do número de Dunbar. *PLoS One, 6* , e22656.

14 . Bickel, R., & Howley, C. (2000). A influência da escala no desempenho escolar. *Arquivos de Análise de Políticas Educacionais, 8* , 22; McRobbie, J. (2001). *As escolas pequenas são melhores?* São Francisco: Wested.

15 . Medina, J. (2008). *Regras do cérebro.* Seattle, WA: Pear Press.

16 . Kenrick, D. (2013). *Sexo, assassinato e o sentido da vida* . Nova York: Basic Books.

17 . Pronin, E., Lin, DY e Ross, L. (2002). O ponto cego do preconceito: percepções de preconceito em si mesmo em relação aos outros. *Personality and Social Psychology Bulletin, 28,* 369–381; Banaji, MR, & Greenwald, AG (2013). *Ponto cego: preconceitos ocultos de pessoas boas* . Nova York: Delacorte Press.

18 . Bronowski, J. (1973). *A ascensão do homem.* Boston: Little, Brown.

19 . Nickerson, RS (1998). Viés de confirmação: um fenômeno onipresente em muitos aspectos. *Review of general psychology* , *2* , 175; Snyder, M., & Swann, WB (1978). Processos de teste de hipóteses na interação social. *Journal of Personality and Social Psychology, 36,* 1202-1212.

20 . Greenberg, J., Pyszczynski, T., & Solomon, S. (1982). O preconceito de atribuição egoísta: além da auto-apresentação. *Journal of Experimental Social Psychology, 18,* 56-67; Arkin, RM e Maruyama, GM (1979). Atribuição, afeto e desempenho em exames universitários. *Journal of Educational Psychology, 71,* 85-93; Gilovich, T. (1983). Avaliação tendenciosa e persistência no jogo. *Journal of Personality and Social Psychology, 44,* 1110–1126; Ross, M., & Sicoly, F. (1979). Vieses egocêntricos na disponibilidade e atribuição. *Journal of Personality and Social Psychology, 37,* 322-336; Breckler, SJ, Pratkanis, AR, & McCann, D. (1991). A representação de si no espaço cognitivo multidimensional. *British Journal of Social Psychology, 30,* 97–112; Johnston, WA (1967). Desempenho individual e autoavaliação em equipe simulada. *Organization Behavior and Human Performance, 2,* 309–328; Cunningham, JD, Starr, PA, & Kanouse, DE (1979). Auto como ator, observador ativo e observador passivo: implicações para atribuição causal. *Journal of Personality and Social Psychology, 37,* 1146-1152.

21 . Gilovich, T., Medvec, VH, & Savitsky, K. (2000). O efeito dos holofotes no julgamento social: um preconceito egocêntrico nas estimativas da relevância das próprias ações e aparência. *Journal of Personality and Social Psychology, 78,* 211-222.

22 . Petty, RE e Brock, TC (1979). Efeitos das avaliações de personalidade de “Barnum” no comportamento cognitivo. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 47,* 201–203.

23 . Baumeister, RF, Bratslavsky, E., Finkenauer, C., & Vohs, KD (2001). O mal é mais forte que o bem. *Review of General Psychology* , *5* , 323.

24 . Luhmann, M., Hofmann, W., Eid, M., & Lucas, RE (2012). Bem-estar subjetivo e adaptação aos eventos de vida: uma meta-análise. *Journal of Personality and Social Psychology, 102* , 592–615.

25 . Baumeister, RF, Bratslavsky, E., Finkenauer, C., & Vohs, KD (2001). O mal é mais forte que o bem. *Review of General Psychology* , *5* , 323.

26 . Kahneman, D., & Tversky, A. (1992). Avanços na teoria do prospecto: representação cumulativa da incerteza. *Journal of Risk and Uncertainty* , *5,* 297-323.

27 . Fryer Jr, RG, Levitt, SD, List, J., & Sadoff, S. (2012). *Aumentando a eficácia dos incentivos aos professores por meio da aversão à perda: um experimento de campo* (nº w18237). Escritório Nacional de Pesquisa Econômica.

28 . Gonzales, MH, Aronson, E., & Costanzo, M. (1988). Aumentando a eficácia dos auditores de energia: um experimento de campo. *Journal of Applied Social Psychology, 18,* 1046–1066.

29 . Dois excelentes tratamentos sobre a psicologia social da felicidade são: Haidt, J. (2006). *A hipótese da felicidade: Encontrar a verdade moderna na sabedoria antiga* . Nova York: Basic Books; Lyubomirsky, S. (2008). *O como da felicidade: uma abordagem científica para conseguir a vida que você deseja* . Nova York: Penguin.

30 . Lyubomirsky, S., Dickerhoof, R., Boehm, JK, & Sheldon, KM (2011). Tornar-se mais feliz requer vontade e maneira adequada: uma intervenção longitudinal experimental para aumentar o bem-estar. *Emoção, 11,* 391.

31 . Kahneman, D. (2011). *Pensando, rápido e devagar.* Nova York: Macmillan.

32 . Ophir, E., Nass, C., & Wagner, AD (2009). Controle cognitivo em multitarefa de mídia. *Proceedings of the National Academy of Sciences* , *106* , 15583–15587.

33 . Haidt, J. (2012). *A mente correta: por que pessoas boas são divididas por política e religião* . Nova York: Vintage.

34 . Liu, J., Li, J., Feng, L., Li, L., Tian, J., & Lee, K. (2014). Ver Jesus brindado: correlatos neurais e comportamentais da pareidolia facial. *Cortex, 53* , 60–77.

35 . Heider, F. e Simmel, M. (1944). Um estudo experimental do comportamento aparente. *American Journal of Psychology* , *57* , 243-259.

36 . Lieberman, MD (2013). *Social: por que nossos cérebros estão conectados para se conectar* . Nova York: Crown.

37 . Hamilton, DL, Katz, LB e Leirer, VO (1980). Representação cognitiva de impressões de personalidade: Processos organizacionais na formação da primeira impressão. *Journal of Personality and Social Psychology* , *39* , 1050.

38 . Eisenberger, NI (2012). Corações e ossos quebrados: uma perspectiva neural sobre as semelhanças entre a dor física e a social. *Current Directions in Psychological Science* , *21* , 42-47.

39 . Eisenberger, NI, Lieberman, MD, & Williams, KD (2003). A rejeição dói? Um estudo de fMRI de exclusão social. *Science* , *302* , 290-292; Eisenberger, NI, & Lieberman, MD (2004); Eisenberger, NI, Lieberman, MD, & Williams, KD (2003). Por que a rejeição dói: um sistema de alarme neural comum para dores físicas e sociais. *Trends in Cognitive Sciences* , *8* , 294-300.

40 . Olson, K. (2015). *Ferido pela escola: Recuperando a alegria de aprender e enfrentar a cultura da velha escola* . Nova York: Teachers College Press.

41 . Crisp, RJ, & Hewstone, M. (Eds.). (2007). *Múltipla categorização social* . San Diego, CA: Elsevier Academic Press.

42 . Tajfel, H. (1981). *Grupos humanos e categorias sociais* . Cambridge: Cambridge University Press.

43 . Meissner, CA e Brigham, JC (2001). Trinta anos de investigação do preconceito da própria raça na memória para rostos: uma revisão meta-analítica. *Psychology, Public Policy, and Law* , *7* , 3-35.

44 . Tajfel, H., Billig, MG, Bundy, RP, & Flament, C. (1971). Categorização social e comportamento intergrupal. *European Journal of Social Psychology* , *1* , 149-178.

45 . Cohen, GL (2003). Partido sobre a política: O impacto dominante da influência do grupo nas crenças políticas. *Journal of Personality and Social Psychology* , *85* , 808.

46 . Hastorf, AH, & Cantril, H. (1954). Eles viram um jogo; Um estudo de caso. *Journal of Abnormal and Social Psychology* , *49* , 129.

47 . Steven S., & Fernbach, P. (2017). *A ilusão de conhecimento* . Nova York: Riverhead Books.

48 . Yudkin, D., & Van Bavel, J. (2016). As raízes do preconceito implícito. *New York Times* , 9 de dezembro.

49 . Yudkin, DA, Rothmund, T., Twardawski, M., Thalla, N., & Van Bavel, JJ (2016). Viés intergrupal reflexivo na punição de terceiros. *Journal of Experimental Psychology: General* , *145* , 1448-1459.

50 . Fiske, ST (2009). *Seres sociais: motivos centrais em psicologia social* . Nova York: John Wiley & Sons.

51 . Baumeister, RF e Leary, MR (1995). A necessidade de pertencer: Desejo de ligações interpessoais como motivação humana fundamental. *Psychological Bulletin* , *117* , 497.

52 . Casella, J., Ridgeway, J., & Shourd, S. (2016). *O inferno é um lugar muito pequeno: vozes do confinamento solitário* . Nova York: The New Press.

53 . Haney, C. (2003). Problemas de saúde mental em confinamento solitário de longo prazo e “supermax”. *NCCD News* , *49* , 124–156.

54 . Baumeister, R., & Tice, D. (2017). O animal social encontra rejeição social: efeitos cognitivos, comportamentais, emocionais e interpessoais de ser excluído. Em J. Aronson & E. Aronson (Eds.), *Leituras sobre o animal social* , 12ª edição. Nova York: Worth / Freeman.

55 . Bastian, B., & Haslam, N. (2010). Excluído da humanidade: Os efeitos desumanizantes do ostracismo social. *Journal of Experimental Social Psychology* , 46, 107-113; Wesselmann, ED, Grzybowski, MR, Steakley-Freeman, DM, DeSouza, ER, Nezlek, JB, & Williams, KD (2016). Exclusão social na vida cotidiana. Em *Social Exclusion* (pp. 3-23). Nova York: Springer International Publishing; Pickett, CL e Gardner, WL (2005). O sistema de monitoramento social: Maior sensibilidade às dicas e informações sociais como uma resposta adaptativa à exclusão social e à necessidade de pertencimento. Em KD Williams, JP Forgas, & W. von Hippel (Eds.), *O pária social: Ostracismo, exclusão social, rejeição e bullying* (pp. 213-226). Nova York: Psychology Press; Bernstein, MJ, Young, SG, Brown, CM, Sacco, DF, & Claypool, HM (2008). Respostas adaptativas à exclusão social: a rejeição social melhora a detecção de sorrisos reais e falsos. *Psychological Science* , *19* , 981-983.

56 . Loersch, C., & Arbuckle, NL (2013). Desvendando o mistério da música: a música como um processo de grupo evoluído. *Journal of Personality and Social Psychology* , *105* , 777.

57 . de Berker, AO, Rutledge, RB, Mathys, C., Marshall, L., Cross, GF, Dolan, RJ, & Bestmann, S. (2016). Cálculos de incerteza medeiam respostas de estresse agudo em humanos. *Nature Communications* , *7* , 10996.

58 . McEwen, BS, & Gianaros, PJ (2010). Papel central do cérebro no estresse e adaptação: Links para status socioeconômico, saúde e doença. *Anais da Academia de Ciências de Nova York, 1186* , 190–222.

59 . Leary, MR e Baumeister, RF (2000). A natureza e função da auto-estima: teoria do sociômetro. *Advances in Experimental Social Psychology* , *32* , 1-62.

60 . Peterson-Smith, K. (2015). Vidas negras são importantes: um novo movimento toma forma. *Revista Socialista Internacional* , 96.

61 . Lerner, MJ (1980). A crença em um mundo justo. Em *A crença em um mundo justo* (pp. 9-30). Nova York: Springer US; Hafer, CL e Bègue, L. (2005). Pesquisa experimental na teoria do mundo justo: problemas, desenvolvimentos e desafios futuros. *Psychological Bulletin* , *131* , 128.

62 . Deci, EL e Ryan, RM (2000). O “o quê” e o “porquê” da busca por objetivos: necessidades humanas e a autodeterminação do comportamento. *Psychological Inquiry* , *11* , 227-268; Fiske, ST (2009). *Seres sociais: motivos centrais em psicologia social* . Nova York: John Wiley & Sons.

63 . Webber, D., & Kruglanski, AW (2017). Os ingredientes psicológicos sociais de um terrorista. *Current Opinion in Psychology* , *19* , 131-134; Kruglanski, AW, Chen, X., Dechesne, M., Fishman, S., & Orehek, E. (2009). Totalmente comprometido: a motivação dos terroristas suicidas e a busca por significado pessoal. *Psicologia Política* , *30* , 331-357.

64 . Heider, F. (2013). *A psicologia das relações interpessoais* . Nova York: Psychology Press; Kelley, HH (1967). Teoria da atribuição na psicologia social. Em D. Levine (Ed.), *Simpósio de Nebraska sobre motivação* (Vol. 15, pp. 192-241). Lincoln: University of Nebraska Press; Kelley, HH (1973). O processo de atribuição causal. *American Psychologist, 28* , 107-128; Curiosamente, foi argumentado que mesmo os cientistas nem sempre pensam como cientistas e, em vez disso, são vítimas de alguns dos preconceitos descritos neste capítulo. Ver Greenwald, AG, Pratkanis, AR, Leippe, MR, & Baumgardner, MH (1986). Em que condições a teoria obstrui o progresso da pesquisa? *Psychological Review* , *93* , 216-229.

65 . Gilbert, DT, & Malone, PS (1995). O viés de correspondência. *Psychological Bulletin* , *117* , 21.

66 . Ross, L., Amabile, TM, & Steinmetz, JL (1977). Papéis sociais, controle social e preconceitos nos processos de percepção social. *Journal of Personality and Social Psychology, 35,* 485-494.

67 . Buchanan, GM, & Seligman, M. (2013). *Estilo explicativo* . Nova York: Routledge.

68 . Rosenthal, R., & Jacobson, L. (1968). *Pigmalião na sala de aula.* Nova York: Holt, Rinehart & Winston; Rosenthal, R. (2002). O efeito Pigmalião e seus mecanismos de mediação. Em J. Aronson (Ed.), *Melhorando o desempenho acadêmico: Impacto de fatores psicológicos na educação.* San Diego: Academic Press.

69 . Jussim, L., & Harber, KD (2005). Expectativas do professor e profecias autorrealizáveis: Conhecidos e desconhecidos, controvérsias resolvidas e não resolvidas. *Personality and Social Psychology Review* , *9* , 131-155.

70 . Simonson, I., & Tversky, A. (1992). Escolha no contexto: contraste de compensação e aversão a extremidades. *Journal of Marketing* , *29* , 281; Gilbert, DT (2006). *Tropeçando na felicidade.* Nova York: Knopf.

71 . Marsh, HW, Kong, C.-K., & Hau, K.-T. (2000). Modelos multiníveis longitudinais do efeito do grande peixe-pequeno-lago no autoconceito acadêmico: Contrapeso de contraste e efeitos de glória refletidos em escolas de Hong Kong. *Journal of Personality and Social Psychology, 78,* 337-349.

72 . Thornton, B., & Maurice, J. (1997). Efeito de contraste físico: impacto adverso de imagens corporais idealizadas para mulheres. *Sex Roles, 37,* 433-439.

73 . Shensa, A., Escobar-Viera, CG, Sidani, JE, Bowman, ND, Marshal, MP, & Primack, BA (2017). Uso problemático da mídia social e sintomas depressivos entre jovens adultos dos Estados Unidos: um estudo nacionalmente representativo. *Social Science & Medicine* , *182* , 150-157.

74 . Lyubomirsky, S. (2013). *Os mitos da felicidade: o que deveria te fazer feliz, mas não faz, o que não deveria te fazer feliz, mas deixa* . Nova York: Penguin.

75 . Dweck, CS (2006). *Mindset: a nova psicologia do sucesso* . Nova York: Random House Incorporated.

76 . Higgins, ET, Rholes, WS, & Jones, CR (1977). Acessibilidade de categoria e formação de impressão. *Journal of Experimental Social Psychology, 13,* 141-154.

77 . Graham, S., & Lowery, BS (2004). Preparando estereótipos raciais inconscientes sobre adolescentes infratores. *Law and Human Behavior* , *28* , 483.

78 . McCombs, ME, & Shaw, DL (1972). A função de definição da agenda dos meios de comunicação de massa. *Public Opinion Quarterly, 36,* 176–187; McCombs, M. (1994). As notícias influenciam as nossas imagens do mundo. Em J. Bryant, & D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 1-16). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

79 . Cohen, B. (1963). *A imprensa e a política externa* . Princeton: Princeton University Press.

80 . Asch, S. (1946). Formando impressões de personalidade. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 41,* 258–290.

81 . Jones, EE, Rock, L., Shaver, KG, Goethals, GR, & Ward, LM (1968). Padrão de atribuição de desempenho e habilidade: um efeito de primazia inesperado. *Journal of Personality and Social Psychology, 10,* 317-340.

82 . Aronson, JM, & Jones, EE (1992). Inferir habilidades após influenciar desempenhos. *Journal of Experimental Social Psychology, 28,* 277–299.

83 . Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Julgamento sob incerteza: heurísticas e vieses. *Science, 185,* 1124–1131; Kahneman, D., & Tversky, A. (1973). Sobre a psicologia da previsão. *Psychological Review, 80,* 237-251.

84 . Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (1981). Qual cereal para o café da manhã? *Consumer Reports,* 68–75.

85 . Tversky, A., & Kahneman, D. (1973). Disponibilidade: uma heurística para julgar frequência e probabilidade. *Psicologia Cognitiva, 5,* 207–232; Signorielli, N., Gerbner, G., & Morgan, M. (1995). Violência na televisão: Projeto de Indicadores Culturais. *Journal of Broadcasting and Electronic Media, 39,* 278-283.

86 . Oppenheimer, DM, & Frank, MC (2008). Uma rosa em qualquer outra fonte não teria um cheiro tão doce: efeitos da fluência perceptiva na categorização. *Cognition* , *106* , 1178-1194.

87 . McGlone, MS, & Tofighbakhsh, J. (2000). Aves da mesma pena voam conjuntamente (?): Rima como razão em aforismos. *Psychological Science, 11.5* , 424-428.

88 . Schwarz, N., & Clore, GL (1983). Humor, má atribuição e julgamentos de bem-estar: funções informativas e diretivas dos estados afetivos. *Journal of Personality and Social Psychology* , *45* , 513.

89 . Sinaceur, M., Heath, C., & Cole, S. (2005). Reações emocionais e deliberativas a uma crise pública: doença das vacas loucas na França. *Psychological Science, 16,* 247-254.

90 . Pratkanis, AR (1989). A representação cognitiva de atitudes. Em AR Pratkanis, SJ Breckler, & AG Greenwald (Eds.), *Attitude structure and function* (pp. 71-98). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

91 . Wilson, TD, & Gilbert, DT (2003). Previsão afetiva. *Advances in Experimental Social Psychology* , *35* , 345–411; Gilbert, DT (2006). *Tropeçando na felicidade.* Nova York: Knopf.

92 . Dunn, EW, Wilson, TD, & Gilbert, DT (2003). Localização, localização, localização: O erro de previsão de satisfação em loterias imobiliárias. *Personality and Social Psychology Bulletin, 29* , 1421–1432.

93 . Liberman, N., & Trope, Y. (1998). O papel das considerações de viabilidade e desejabilidade em decisões futuras próximas e distantes: um teste de teoria da construção temporal. *Journal of Personality and Social Psychology* , *75* , 5.

94 . Loftus, EF, & Loftus, GR (1980). Sobre a permanência de informações armazenadas no cérebro humano. *American Psychologist, 35,* 409–420; Loftus, EF, & Palmer, JC (1974).

95 . Loftus, EF, & Palmer, JC (1974). Reconstrução da destruição de automóveis: um exemplo da interação entre linguagem e memória. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior, 13,* 585-589.

96 . Loftus, EF (1977). Mudando a memória da cor humana. *Memory and Cognition, 5,* 696-699.

97 . Markus, H. (1977). Esquemas próprios e informações de processamento sobre o self. *Journal of Personality and Social Psychology, 35,* 63-78; Conway, M., & Ross, M. (1984). Conseguir o que deseja revisando o que você tinha. *Journal of Personality and Social Psychology* , *47* , 738.

98 . Loftus, EF (1993). A realidade de memórias reprimidas. *American Psychologist, 48,* 518-537; Loftus, EF, & Ketcham, K. (1994). *O mito da memória reprimida: Falsas memórias e alegações de abuso sexual.* Nova York: St. Martin's Press.

99 . Loftus, EF, & Greenspan, RL (2017). Se eu tiver certeza, isso é verdade? Precisão e confiança na memória de testemunhas oculares. *Psychological Science in the Public Interest* , *18* , 1–2.

100 . Loftus, EF, & Greenspan, RL (2017). Se eu tiver certeza, isso é verdade? Precisão e confiança na memória de testemunhas oculares. *Psychological Science in the Public Interest* , *18* , 1–2.

Capítulo 3 Auto-justificativa

1 . Prasad, J. (1950). Um estudo comparativo de rumores e relatórios sobre terremotos. *British Journal of Psychology* , *41* , 129-144.

2 . Sinha, D. (1952). Comportamento em uma situação catastrófica: um estudo psicológico de relatórios e rumores. *British Journal of Psychology* , *43* , 200–209.

3 . Festinger, L. (1957). *Uma teoria da dissonância cognitiva* . Stanford, CA: Stanford University Press.

4 . Fotuhi, O., Fong, GT, Zanna, M P., Borland, R., Yong, H., & Cummings, KM (2013). Padrões de crenças redutoras de dissonância cognitiva entre fumantes: uma análise longitudinal do International Tobacco Control (ITC) Four Country Survey. *Tobacco Control: An International Journal* , *22* , 52–58.

5 . Kassarjian, H., & Cohen, J. (1965). Dissonância cognitiva e comportamento do consumidor. *California Management Review* , *8* , 55-64.

6 . Tagliacozzo, R. (1979). A autocategorização de fumantes e a redução da dissonância cognitiva. *Addictive Behaviors* , *4* , 393–399.

7 . Gibbons, FX, Eggleston, TJ, & Benthin, AC (1997). Reações cognitivas à recaída do tabagismo: a relação recíproca entre dissonância e auto-estima. *Journal of Personality and Social Psychology* , *72* , 184–195.

8 . Goleman, D. (1982, janeiro). Resoluções decisivas. *Psychology Today* , 19.

9 . Levin, M. (1997). O júri examina o depoimento de “ursinho de goma” do CEO. *Los Angeles Times* , 18 de julho, D3.

10 . Tavris, C., & Aronson, E. (2007/2015). *Erros foram cometidos (mas não por mim),* edição revisada. Nova York: Harcourt.

11 . Bruce, L. (1966). *Como falar sujo e influenciar pessoas* . Chicago: Playboy Press e New York: Pocket Books.

12 . Trump, D. (2016). Disse em um comício de campanha em Iowa, 23 de janeiro.

13 . Jones, E., & Kohler, R. (1959). Os efeitos da plausibilidade na aprendizagem de afirmações controversas. *Journal of Abnormal and Social Psychology* , *57* , 315–320.

14 . Lord, C., Ross, L., & Lepper, M. (1979). Assimilação tendenciosa e polarização de atitude: Os efeitos de teorias anteriores em evidências consideradas subsequentemente. *Journal of Personality and Social Psychology* , *37* , 2098–2109; Edwards, K., & Smith, E. (1996). Um viés de desconfirmação na avaliação de argumentos. *Journal of Personality and Social Psychology* , *71* , 5-24.

15 . Haidt, J. (2012). *A mente correta: por que pessoas boas são divididas por política e religião* . Nova York: Vintage; Cohen, GL, Aronson, J., & Steele, CM (2000). Quando as crenças se transformam em evidências: Reduzindo a avaliação tendenciosa, afirmando a si mesmo. *Personality and Social Psychology Bulletin* , *26* , 1151–1164.

16 . Ehrlich, D., Guttman, I., Schonbach, P., & Mills, J. (1957). Exposição pós-decisão a informações relevantes. *Journal of Abnormal and Social Psychology* , *57* , 98–102; Gilovich, T., Medvec, VH, & Chen S. (1995). Comissão, omissão e redução de dissonância: enfrentando o arrependimento no problema “Monty Hall”. *Personality and Social Psychology Bulletin* , *21* , 182–190.

17 . Brehm, J. (1956). Mudanças de pós-decisão na conveniência de alternativas. *Journal of Abnormal and Social Psychology* , *52* , 384-389.

18 . Johnson, DJ e Rusbult, CE (1989). Resistir à tentação: Desvalorização de parceiros alternativos como forma de manter o compromisso em relacionamentos próximos. *Journal of Personality and Social Psychology* , *57* , 967–980.

19 . Simpson, JA, Gangestad, SW & Lerma, M. (1990). Percepção de atratividade física: Mecanismos envolvidos na manutenção de relacionamentos românticos. *Journal of Personality and Social Psychology* , *59* , 1192–1201.

20 . Gilbert, DT (2006). *Tropeçando na felicidade* . Nova York: Knopf.

21 . Arad, A. (2013). As decisões anteriores afetam as escolhas futuras: uma demonstração experimental. *Comportamento Organizacional e Processos de Decisão Humana* , *121* , 267-277.

22 . Egan, LC, Santos, LR, & Bloom, P. (2007). As origens da dissonância cognitiva: evidências de crianças e macacos. *Psychological Science* , *18* , 978-983.

23 . Harmon-Jones, E., Harmon-Jones, C., & Amodio, DM (2012). Uma perspectiva neurocientífica sobre dissonância, guiada pelo modelo baseado na ação. Em B. Gawronski & F. Strack (Eds.), *Consistência cognitiva: Um princípio fundamental na cognição social* (pp. 47-65). Nova York: Guilford Press.

24 . Westen, D., Blagov PS, Harenski, K., Kilts, C., & Hamann, S. (2006). Bases neurais do raciocínio motivado: um estudo da FMRI sobre as restrições emocionais do julgamento

político partidário na eleição presidencial de 2004 nos Estados Unidos. *Journal of Cognitive Neuroscience* , *18* , 1947–1958.

25 . Kokkoris, MD, & Kühnen, U. (2013). Escolha e dissonância em um contexto cultural europeu: o caso dos europeus ocidentais e orientais. *International Journal of Psychology* , *48* , 1260–1266.

26 . Sakai, H. (1999). Um modelo de função de potência multiplicativa de dissonância cognitiva: Rumo a uma teoria integrada de cognição, emoção e comportamento após Leon Festinger. Em E. Harmon-Jones & JS Mills (Eds.), *Dissonância cognitiva: Progresso em uma teoria fundamental em psicologia social* . Washington, DC: American Psychological Association.

27 . Imada, T., & Kitayama, S. (2010). Olhos sociais e justificativa da escolha: cultura e dissonância revisitada. *Social Cognition* , 28, 589-608.

28 . Knox, R., & Inkster, J. (1968). Dissonância pós-decisão no momento pós. *Journal of Personality and Social Psychology* , *8* , 319-323.

29 . Gilbert, DT, & Ebert, JE (2002). Decisões e revisões: A previsão afetiva de resultados mutáveis. *Journal of Personality and Social Psychology* , *82* , 503.

30 . Cialdini, R., Cacioppo, J., Bassett, R., & Miller, J. (1978). Procedimento low-ball para produzir conformidade: Compromisso, em seguida, custo. *Journal of Personality and Social Psychology* , *36* , 463-476.

31 . Mills, J. (1958). Mudanças nas atitudes morais após a tentação. *Journal of Personality* , *26* , 517-531.

32 . Freedman, JL, & Fraser, SC (1966). Conformidade sem pressão: a técnica do pé na porta. *Journal of Personality and Social Psychology* , *4* , 195.

33 . Pliner, P., Hart, H., Kohl, J., & Saari, D. (1974). Conformidade sem pressão: Mais alguns dados sobre a técnica do pé-na-porta. *Journal of Experimental Social Psychology* , *10* , 17-22.

34 . Festinger, L., & Carlsmith, JM (1959). Consequências cognitivas da conformidade forçada. *Journal of Abnormal and Social Psychology* , *58* , 203-210.

35 . Cohen, AR (1962). Um experimento com pequenas recompensas por conformidade discrepante e mudança de atitude. Em JW Brehm & AR Cohen, *Explorations in cognitive dissonance* (pp. 73-78). Nova York: Wiley.

36 . Zimbardo, P. (1969). *O controle cognitivo da motivação* . Glencoe, IL: Scott, Foresman.

37 . Brehm, J. (1962). Efeitos motivacionais da dissonância cognitiva. Em *Nebraska Symposium on Motivation, 1962* (pp. 51-77). Lincoln: University of Nebraska Press.

38 . Zimbardo, P., Weisenberg, M., Firestone, I., & Levy, B. (1965). Eficácia do comunicador na produção de conformidade pública e mudança de atitude privada. *Journal of Personality* , *33* , 233-255.

39 . Aronson, E., & Carlsmith, JM (1963). Efeito da gravidade da ameaça na desvalorização do comportamento proibido. *Journal of Abnormal and Social Psychology* , *66* , 584–588.

40 . Freedman, J. (1965). Efeitos comportamentais de longo prazo da dissonância cognitiva. *Journal of Experimental Social Psychology* , *1* , 145-155.

41 . Bryan, CJ, Adams, GS, & Monin, B. (2013). Quando a trapaça pode torná-lo um trapaceiro: Implicar a si mesmo evita o comportamento antiético. *Journal of Experimental Psychology: General* , *142* , 1001–1005.

42 . Pitt, RN (2010). “Matando o mensageiro”: a neutralização das mensagens religiosas anti-gays por homens negros gays religiosos. *Jornal para o Estudo Científico da Religião* , *49* , 56-72.

43 . Aronson, E. (1968). Teoria da dissonância: progresso e problemas. Em RP Abelson, E. Aronson, WJ McGuire, TM Newcomb, MJ Rosenberg, & PH Tannenbaum (Eds.), *Teorias de consistência cognitiva: Um livro de fontes* (pp. 5-27). Chicago: Rand McNally; Aronson, E. (1969). A teoria da dissonância cognitiva: uma perspectiva atual. Em L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 4, pp. 1-34). Nova York: Academic Press.

44 . Murray, AA, Wood, JM, & Lilienfeld, SO (2012). Traços de personalidade psicopáticos e dissonância cognitiva: diferenças individuais na mudança de atitude. *Journal of Research in Personality* , *46* , 525-536.

45 . Aronson, E., & Mettee, D., (1968). Comportamento desonesto em função de diferentes níveis de autoestima. *Journal of Personality and Social Psychology* , *9* , 121-127.

46 . Cohen, GL, Garcia, J., Apfel, N., & Master, A. (2006). Reduzindo a lacuna de desempenho racial: uma intervenção psicossocial. *Science* , *313* , 1307-1310.

47 . Kernis, MH (2001). Seguindo a trilha do narcisismo à frágil auto-estima. *Psychological Inquiry* , *12* , 223–225.

48 . Baumeister, RF, Bushman, BJ e Campbell, WK (2000). Autoestima, narcisismo e agressão: a violência resulta da baixa autoestima ou da ameaça de egoísmo? *Current Directions in Psychological Science* , *9* , 26-29.

49 . Salmivalli, C., Kaukiainen, A., Kaistaniemi, L., & Lagerspetz, KM Autoestima autoavaliada, autoestima avaliada por pares e egoísmo defensivo como preditores da participação de adolescentes em situações de bullying. *Personality and Social Psychology Bulletin* , *25* , 1268–1278.

50 . Aronson, E., & Mills, J. (1959). O efeito da severidade da iniciação em gostar de um grupo. *Journal of Abnormal and Social Psychology* , *59* , 177-181.

51 . Gerard, H., & Mathewson, G. (1966). Os efeitos da gravidade na iniciação em gostar de um grupo: uma replicação. *Journal of Experimental Social Psychology* , *2* , 278-287.

52 . Aronson, E. (1969). A teoria da dissonância cognitiva: uma perspectiva atual. Em L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 4, pp. 1-34). Nova York: Academic Press.

53 . Sapolsky, R. (1993). *Por que as zebras não têm úlceras* . Nova York: Freeman.

54 . Conway, M., & Ross, M. (1984). Conseguir o que deseja revisando o que você tinha. *Journal of Personality and Social Psychology* , *47* , 738-748.

55 . Michener, J. (1971). *Estado de Kent: O que aconteceu e por quê* . Nova York: Random House.

56 . Davis, K., & Jones, EE (1960). Mudanças na percepção interpessoal como forma de reduzir a dissonância cognitiva. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 61* , 402-410; Gibbons, FX e McCoy, SB (1991). Auto-estima, semelhança e reações à comparação descendente ativa versus passiva. *Journal of Personality and Social Psychology* , *60* , 414-424.

57 . Glass, D. (1964). Mudanças no gosto como forma de reduzir as discrepâncias cognitivas entre autoestima e agressão. *Journal of Personality* , *32* , 531–549; Sorrentino, R., & Boutilier, R. (1974). Avaliação de uma vítima em função da semelhança / dissimilaridade do destino. *Journal of Experimental Social Psychology* , *10* , 84-93; Sorrentino, R., & Hardy, J. (1974). Religiosidade e derrogação de uma vítima inocente. *Journal of Personality* , *42* , 372-382.

58 . Berscheid, E., Boyce, D., & Walster (Hatfield), E. (1968). A retaliação como forma de restaurar a equidade. *Journal of Personality and Social Psychology* , *10* , 370-376.

59 . Sturman, ED (2012). Desumanizar só faz você se sentir melhor: o papel da dissonância cognitiva na desumanização. *Journal of Social, Evolutionary, and Cultural Psychology* , *6* , 527-531.

60 . Jost, JT, Kay, AC e Thorisdottir, H. (Eds.). (2009). *Bases sociais e psicológicas da ideologia e da justificação do sistema* . Nova York: Oxford University Press.

61 . Harber, KD, Podolski, P., & Williams, CH (2015). Revelação emocional e culpa da vítima. *Emotion* , *15* , 603-614.

62 . Shaw, GB (1952). Em D. Russel (Ed.), *Prosa selecionada* . Nova York: Dodd, Mead.

63 . Brehm, J. (1959). Aumentando a dissonância cognitiva por um fato consumado. *Journal of Abnormal and Social Psychology* , *58* , 379.

64 . Darley, J., & Berscheid, E. (1967). Aumento do gosto como resultado da antecipação do contato pessoal. *Relações Humanas* , *20* , 29-40.

65 . Lehman, D., & Taylor, SE (1987). Encontro com um terremoto: enfrentando um desastre provável e imprevisível. *Personality and Social Psychology Bulletin, 13,* 546–555.

66 . Aronson, E. (1997). A distribuição de psicologia - e preservativos. *APS Observer* , *10* , 17-35.

67 . Stone, J., Aronson, E., Crain, AL, Winslow, MP, & Fried, CB (1994). Induzir a hipocrisia como forma de incentivar os jovens adultos a usar preservativos. *Personality and Social Psychology Bulletin* , *20* , 116–128.

68 . Aronson, E. (1998). Dissonância, hipocrisia e o autoconceito. Em E. Harmon-Jones & JS Mills (Eds.), *Teoria da dissonância cognitiva: Revival com revisões e controvérsias.* Washington, DC: American Psychological Association Books; Dickerson, CA, Thibodeau, R., Aronson, E., & Miller, D. (1992). Usando dissonância cognitiva para encorajar a conservação da água. *Journal of Applied Social Psychology* , *22* , 841–854; Aronson, J., Fried, CB, & Good, C. (2002). Reduzindo os efeitos da ameaça do estereótipo em estudantes universitários afro-americanos, moldando teorias de inteligência. *Journal of Experimental Social Psychology* , *38* , 113-125.

69 . Wiesel, E. (1969). *Noite* . Nova York: Avon.

70 . White, JE (1988). O jogador mais valioso de Bush. *Time* , 14 de novembro de 20 a 21.

71 . McClellan, S. (2008). *O que aconteceu: Dentro da Casa Branca de Bush e da cultura de engano de Washington* . Nova York: Relações Públicas.

72 . Bush, G. (2010). *Pontos de decisão* . Nova York: Crown.

73 . Rosenthal, A. (1988). Os inimigos acusam a campanha de Bush de inflamar a tensão racial. *New York Times* , 24 de outubro, A1, B5.

74 . Goodwin, DK (2005). *Equipe de rivais: o gênio político de Abraham Lincoln* . Nova York: Simon & Schuster.

75 . Risen, J. (2006). *Estado de guerra: a história secreta da CIA e da administração Bush* . Nova York: Free Press.

76 . Johnson, LB (1971). *O ponto de vista: Perspectivas da presidência 1963–69.* Nova York: Holt, Rinehart e Winston.

Capítulo 4 Conformidade

1 . © 1933, 1961 por James Thurber. De “O dia em que a barragem estourou” em *Minha vida e tempos difíceis* (New York: Harper, 1933), pp. 41, 47. (Originalmente impresso no *New Yorker* .)

2 . Schachter, S. (1951). Desvio, rejeição e comunicação. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 46,* 190–207.

3 . Kruglanski, AW, & Webster, DW (1991). A reação dos membros do grupo às opiniões divergentes e conformistas em vários graus de proximidade do prazo de decisão e de ruído ambiental. *Journal of Personality and Social Psychology, 61,* 212–225.

4 . Speer, A. (1970). *Por dentro do Terceiro Reich: Memórias.* (R. Winston & C. Winston, Trans.). Nova York: Macmillan.

5 . (1975). Entrevista com John Dean. *Playboy* , janeiro, 78.

6 . Janis, IL (1971). Groupthink. *Psychology Today,* novembro, 43-46; Janis, IL (1984). Neutralizar os efeitos adversos da busca por concorrência em grupos de planejamento de políticas. Em H. Brandstatter, JH Davis, & G. Stocker-Kreichgauer (Eds.), Tomada de *decisão do grupo* . Nova York: Academic Press; Kameda, T., & Sugimori, S. (1993). Enredamento psicológico na tomada de decisão em grupo: uma regra de decisão atribuída e um fenômeno de pensamento de grupo. *Journal of Personality and Social Psychology, 65* , 282-292.

7 . Heyes, C. (2016). Imitação: não em nossos genes. *Current Biology* , *26* , R412 – R414.

8 . Meltzoff, AN e Moore, MK (1983). Os bebês recém-nascidos imitam os gestos faciais dos adultos. *Child Development, 54* , 702–709.

9 . Meltzoff, AN, & Kuhl, PK (2016). Explorando o cérebro social infantil: o que está acontecendo lá? *Zero to Three Journal, 36,* 1-9.

10 . Chartrand, TL, & Bargh, JA (1999). O efeito camaleão: A ligação percepção-comportamento e interação social. *Journal of Personality and Social Psychology* , *76* , 893.

11 . Lakin, JL, Jefferis, VE, Cheng, CM, & Chartrand, TL (2003). O efeito camaleão como cola social: evidência do significado evolucionário do mimetismo inconsciente. *Journal of Nonverbal Behavior* , *27* , 145-162.

12 . Chartrand, TL, & Bargh, JA (1999). O efeito camaleão: A ligação percepção-comportamento e interação social. *Journal of Personality and Social Psychology* , *76* , 893.

13 . Rist, D. (2013). *O efeito camaleão* . Lulu.com ; Berger, J. (2016). *Influência invisível: as forças ocultas que moldam o comportamento.* Nova York: Simon & Schuster.

14 . https://www.theguardian.com/world/2007/may/02/hillaryclinton.uselections2008 . Acessado em 14 de agosto de 2017; Mills, C. (2015). http://www.washingtonexaminer.com/clintons-southern-strategy-hillary-fakes-accent-for-crowd/article/2574357 . Acessado em 14 de agosto de 2017; Clinton negou as acusações de complacência, alegando que ela inconscientemente escorregou para a fala arrastada e disse "Y'all", sempre que estiver no sul.

15 . Stel, M., Blascovich, J., McCall, C., et al. (2010). Imitar não gostou dos outros: efeitos de uma preferência a priori no link de gostar de mimetismo. *European Journal of Social Psychology, 40,* 867–880; Van Baaren, R., Janssen, L., Chartrand, TL, & Dijksterhuis, A. (2009). Onde está o amor? Os aspectos sociais do mimetismo. *Philosophical Transactions of the Royal Society of London, B: Biological Sciences, 364,* 2381-2389.

16 . Haun, DB, Rekers, Y., & Tomasello, M. (2014). As crianças se adaptam ao comportamento dos colegas; outros grandes macacos continuam com o que sabem. *Psychological Science* , *25* , 2160-2167.

17 . Fein, S., Goethals, GR, & Kugler, MB (2007). Influência social nos julgamentos políticos: O caso dos debates presidenciais. *Psicologia Política* , *28* , 165-192.

18 . Nisbett, RE e Wilson, TD (1977). Dizendo mais do que podemos saber: Relatórios verbais sobre processos mentais. *Psychological Review, 84* , 231.

19 . Sherif, M. (1937). Uma abordagem experimental para o estudo das atitudes. *Sociometria* , 1, 90-98; MacNeil, MK e Sherif, M. (1976). As normas mudam ao longo das gerações de sujeitos em função da arbitrariedade das normas prescritas. *Journal of Personality and Social Psychology* , *34* , 762.

20 . Asch, S. (1951). Efeitos da pressão do grupo sobre a modificação e distorção do julgamento. Em MH Guetzkow (Ed.), *Grupos, liderança e homens* (pp. 117–190). Pittsburgh: Carnegie; Asch, S. (1956). Estudos de independência e conformidade: Uma minoria de um contra uma maioria unânime. *Psychological Monographs, 70* (9, Whole No. 416).

21 . Gitow, A., & Rothenberg, F. (Producers). (1997). *Dateline NBC: Siga o líder* . Distribuído pela NBC News. (10 de agosto).

22 . Bond, R., & Smith, P. (1996). Cultura e conformidade: Uma meta-análise de estudos usando a tarefa de julgamento de linha de Asch (1952, 1956). *Psychological Bulletin, 119,* 111-137.

23 . Berns, GS, Chappelow, J., Zink, CF, Pagnoni, G., Martin-Skurski, ME, & Richards, J. (2005). Correlatos neurobiológicos de conformidade social e independência durante a rotação mental. *Biological Psychiatry, 58,* 245-253.

24 . Wu, H., Luo, Y., & Feng, C. (2016). Assinaturas neurais de conformidade social: Uma meta-análise de estimativa de probabilidade de ativação baseada em coordenadas de estudos de imagens cerebrais funcionais. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews* , *71* , 101-111.

25 . Eisenberger, NI e Lieberman, MD (2004). Por que a rejeição dói: um sistema de alarme neural comum para dores físicas e sociais. *Trends in Cognitive Sciences* , *8* , 294–300; Baumeister, R., & Tice, D. (2017). O animal social encontra rejeição social: efeitos cognitivos, comportamentais, emocionais e interpessoais de ser excluído. Em J. Aronson & E. Aronson (Eds.), *Leituras sobre o animal social,* 12ª edição. Nova York: Worth / Freeman; Twenge, JM, Baumeister, RF, Tice, DM, & Stucke, TS (2001). Se você não pode se juntar a eles, vença-os: Efeitos da exclusão social no comportamento agressivo. *Journal of Personality and Social Psychology, 81,* 1058–1069.

26 . Festinger, L. (1954). Uma teoria dos processos de comparação social. *Relações Humanas, 7,* 117-140.

27 . Wolosin, R., Sherman, S., & Cann, A. (1975). Predições de conformidade própria e de terceiros. *Journal of Personality, 43,* 357-378.

28 . Mullen, B., Cooper, C., & Driskell, JE (1990). Jaywalking em função do comportamento do modelo. *Personality and Social Psychology Bulletin, 16* , 320–330.

29 . Gladwell, M. (2000). *O ponto de inflexão.* Nova York: Little, Brown.

30 . Surowiecki, J. (2005). *A sabedoria das multidões: por que muitos são mais inteligentes do que poucos e como a sabedoria coletiva molda os negócios, as*

economias, as sociedades e as nações. Nova York: Random House; Hertwig, R. (2012). Aproveitando a sabedoria da multidão - com confiança. *Science* , *336* , 303-304.

31 . Boyanowsky, E., Allen, V., Bragg, B., & Lepinski, J. (1981). Generalização da independência criada pelo suporte social. *Psychological Record, 31,* 475-488.

32 . Allen, V., & Levine, J. (1971). Apoio social e conformidade: O papel da avaliação independente da realidade. *Journal of Experimental Social Psychology, 7,* 48-58.

33 . Deutsch, M. e Gerard, H. (1955). Um estudo da influência social normativa e informativa sobre o julgamento individual. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 51,* 629-636.

34 . Pennington, J., & Schlenker, BR (1999). Responsabilidade por decisões consequentes: justificar julgamentos éticos para o público. *Personality and Social Psychology Bulletin, 25,* 1067–1981.

35 . Quinn, A., & Schlenker, BR (2002). A responsabilidade pode produzir independência? Metas como determinantes do impacto da responsabilidade sobre a conformidade. *Personality and Social Psychology Bulletin, 28,* 472-483.

36 . Arndt, J., Schimel, J., Greenberg, J., & Pyszczynski, T. (2002). O self intrínseco e a atitude defensiva: evidências de que a ativação do self intrínseco reduz a autodeficiência e a conformidade. *Personality and Social Psychology Bulletin, 28* , 671–683.

37 . Mausner, B. (1954). Os efeitos do reforço prévio da interação dos pares observados. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 49,* 65-68; Mausner, B. (1954). O efeito sobre o sucesso de um parceiro em uma tarefa relevante na interação de pares observados. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 49,* 557–560; Goldberg, S. & Lubin, A. (1958). Influência em função do erro de julgamento percebido. *Relações Humanas, 11,* 275–281; Wiesenthal, D., Endler, N., Coward, T., & Edwards, J. (1976). Reversibilidade da competência relativa como um determinante da conformidade em diferentes tarefas perceptivas. *Representative Research in Social Psychology, 7,* 35-43.

38 . Dittes, J., & Kelley, H. (1956). Efeitos das diferentes condições de aceitação sobre a conformidade com as normas do grupo. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 53,* 100-107.

39 . Harris, JR (2011). *O pressuposto da criação: por que as crianças se transformam do jeito que são* . Nova York: Simon e Schuster.

40 . Steinberg, L. (2007). Assunção de riscos na adolescência. *Current Directions in Psychological Science, 16,* 55-59.

41 . Steinberg, L. (2008). Uma perspectiva da neurociência social sobre a assunção de riscos pelo adolescente. *Developmental Review* , *28* , 78-106; Botdorf, M., Rosenbaum, GM, Patrianakos, J., Steinberg, L., & Chein, JM (2017). O risco do adolescente é predito por diferenças individuais no controle cognitivo sobre o conflito de resposta emocional, mas não não emocional. *Cognition and Emotion* , *31* , 972–979.

42 . Kennedy, DM (2013). "Não atire." Palestra convidada sobre violência juvenil. Universidade de Nova York.

43 . Baird, AA (2008). Raciocínio moral do adolescente: A integração da emoção e cognição. *Moral Psychology* , *3* , 323-342.

44 . Gaither, SE, Apfelbaum, EP, Birnbaum, HJ, Babbitt, LG, & Sommers, SR (2017). A mera associação a grupos racialmente diversos reduz a conformidade. *Psicologia Social e Ciências da Personalidade.* DOI: 10.1177 / 1948550617708013.

45 . Kindermann, TA (2007). Efeitos de grupos de pares naturalmente existentes nas mudanças no envolvimento acadêmico em uma coorte de alunos da sexta série. *Child Development, 78* , 1186-1203; Kindermann, TA, McCollam, TL, & Gibson, E. (1996). Influências do grupo de pares no desenvolvimento da motivação escolar das crianças. Em K. Wentzel & J. Juvonen (Eds.), *Social* Motivation *: Understanding Children's School* Adjustment (pp. 279-312). Newbury Park, CA: Sage.

46 . Newcomb, TM (1943) . *Personalidade e mudança social: Formação de atitude em uma comunidade estudantil.* Nova York: Holt, Rinehart e Winston.

47 . Crandall, CS (1988). Contágio social da compulsão alimentar. *Journal of Personality and Social Psychology* , *55* , 588–598; O'Connor, SM, Burt, SA, VanHuysse, JL, & Klump, KL (2016). O que impulsiona a associação entre grupos de pares preocupados com o peso e alimentação desordenada? Desemaranhar a seleção genética e ambiental dos efeitos de socialização puros. *Journal of Abnormal Psychology* , *125* , 356-368.

48 . Aronson, E., & O'Leary, M. (1982-1983). A eficácia relativa dos modelos e avisos na conservação de energia: um experimento de campo em um banheiro. *Journal of Environmental Systems, 12,* 219-224.

49 . Cialdini, RB, Reno, RR e Kallgren, CA (1990). Uma teoria de enfoque de conduta normativa: Reciclar o conceito de normas para reduzir o lixo em locais públicos. *Journal of Personality and Social Psychology, 58,* 1015–1029.

50 . Reno, R., Cialdini, R., & Kallgren, CA (1993). A influência trans-situacional das normas sociais. *Journal of Personality and Social Psychology, 64,* 104-112.

51 . Keizer, K., Lindenberg, S., & Steg, L. (2008). A propagação da desordem. *Science, 322* , 1681-1685; Hinkle, JC, & Yang, SM (2014). Um novo olhar para as janelas quebradas: o que molda as percepções dos indivíduos sobre a desordem social? *Journal of Criminal Justice* , *42* , 26–35; Keuschnigg, M., & Wolbring, T. (2015). Desordem, capital social e violação da norma: três experimentos de campo na tese das janelas quebradas. *Rationality and Society* , *27* , 96-126; Keizer, K., Lindenberg, S., & Steg, L. (2013). A importância de restaurar a ordem de forma demonstrativa. *PLoS One* , *8* , e65137.

52 . Wicherts, JM, & Bakker, M. (2014). Janelas quebradas, métodos medíocres e estatísticas abaixo do padrão. *Processos de Grupo e Relações Intergrupais* , *17* , 388–403; Wilson, JQ e Kelling, GL (1982). Janelas quebradas *. Atlantic Monthly* , março, 29–38.

53 . Goldstein, NJ, Cialdini, RB, & Griskevicius, V. (2008). Um quarto com miradouro: Usar normas sociais para motivar a preservação do meio ambiente em hotéis. *Journal of Consumer Research* , *35* , 472-482.

54 . Cialdini, RB (2003). Elaboração de mensagens normativas para proteger o meio ambiente. *Current Directions in Psychological Science, 12 (4),* 105-109.

55 . Manning, R., Levine, M., & Collins, A. (2007). O assassinato de Kitty Genovese e a psicologia social da ajuda: A parábola das 38 testemunhas. *American Psychologist, 62,* 555–562.

56 . Pelonero, C. (2014). *Kitty Genovese: Um verdadeiro relato de um assassinato público e suas consequências privadas.* Nova York: Skyhorse Publishing.

57 . Korte, C., & Kerr, N. (1975). Resposta a oportunidades altruísticas em ambientes urbanos e não urbanos. *Journal of Social Psychology, 95,* 183-184; Rushton, JP (1978). Densidade urbana e altruísmo: ajudar estranhos em uma cidade, subúrbio e pequena cidade canadense. *Psychological Reports, 43,* 987–990.

58 . Levine, RV, Norenzayan, A., & Philbrick, K. (2001). Diferenças transculturais em ajudar estranhos. *Journal of Cross-Cultural Psychology* , *32* , 543–560.

59 . Darley, J., & Latané, B. (1968). Intervenção do espectador em situações de emergência: Difusão de responsabilidades. *Journal of Personality and Social Psychology, 8,* 377–383; Latané, B., & Darley, J. (1968). Inibição de grupo da intervenção de espectador em emergências. *Journal of Personality and Social Psychology, 10,* 215–221; Latané, B., & Rodin, J. (1969). Uma senhora em perigo: efeitos inibidores de amigos e estranhos na intervenção de espectadores. *Journal of Experimental Social Psychology, 5,* 189–202.

60 . Latané, B., & Rodin, J. (1969). Uma senhora em perigo: efeitos inibidores de amigos e estranhos na intervenção de espectadores. *Journal of Experimental Social Psychology, 5,* 189–202.

61 . Darley, J., & Latané, B. (1968). Intervenção do espectador em situações de emergência: Difusão de responsabilidades. *Journal of Personality and Social Psychology, 8,* 377-383.

62 . Darley, J., & Batson, D. (1973). “De Jerusalém a Jericó”: Um estudo de variáveis situacionais e disposicionais no comportamento de ajuda. *Journal of Personality and Social Psychology, 27,* 100-108.

63 . Piliavin, I., Rodin, J., & Piliavin, J. (1969). Bom samaritanismo: um fenômeno underground? *Journal of Personality and Social Psychology, 13,* 289–299.

64 . Fischer, P., Krueger, JI, Greitemeyer, T., et al. (2011). O efeito do observador: uma revisão meta-analítica sobre a intervenção do observador em emergências perigosas e não perigosas. *Psychological Bulletin, 137,* 517-537.

65 . Gross, JJ (1998). O campo emergente da regulação da emoção: uma revisão integrativa. *Review of General Psychology, 2,* 271–299; Gross, JJ e John, OP (2003). Diferenças individuais em dois processos de regulação da emoção: implicações para o afeto, relacionamentos e bem-estar. *Journal of Personality and Social Psychology, 85,* 348-362.

66 . Hochschild, AR (2003). *O coração controlado: comercialização do sentimento humano* (2ª edição). Berkeley, CA: University of California Press.

67 . Jessor, R., Costa, FM, Krueger, PM, & Turbin, MS (2017). Problema com beber na faculdade. Em *teoria do comportamento problemático e saúde do adolescente* (pp. 123–138). Springer International Publishing; Pesquisa Nacional sobre Uso de Drogas e Saúde de 2014 (NSDUH). Tabela 6.88B - Uso de álcool no último mês entre pessoas de 18 a 22 anos, por status de matrícula na faculdade e características demográficas: Porcentagens, 2013 e 2014. https://www.samhsa.gov/data/sites/default/files/NSDUH -DetTabs2013 / NSDUH-DetTabs2013.htm # tab6.88b .

68 . Miller, DT e Prentice, DA (2016). Mudar as normas para mudar o comportamento. *Annual Review of Psychology* , *67* , 339-361.

69 . Schroeder, CM e Prentice, DA (1998). Expondo a ignorância pluralística para reduzir o uso de álcool entre estudantes universitários. *Journal of Applied Social Psychology, 28* , 2150–2180.

70 . Kennedy, DM, Kleiman, MA e Braga, AA (2017). Além da dissuasão. *Manual de Prevenção ao Crime e Segurança Comunitária* , 157.

71 . Interrompendo a violência com a mensagem “Don't Shoot”: Entrevista com David M. Kennedy. ” *Ar fresco* . 11 de novembro de 2011. Recuperado em 22 de abril de 2014: Kennedy, David M. (2011). *Não atire: um homem, uma bolsa de estudos de rua e o fim da violência no centro da América* . Nova York: Bloomsbury.

72 . Kelman, H. (1961). Processos de mudança de opinião. *Public Opinion Quarterly, 25,* 57-78.

73 . Cohen, GL e Prinstein, MJ (2006). Contágio de agressão e comportamento de risco para a saúde entre pares do sexo masculino: uma investigação experimental dos efeitos na conduta pública e nas atitudes privadas. *Child Development, 77,* 967–983.

74 . Milgram, S. (1963). Estudo comportamental da obediência. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 67,* 371-378.

75 . Milgram, S. (1974). *Obediência à autoridade.* Nova York: Harper & Row; Elms, AC e Milgram, S. (1966). Características de personalidade associadas à obediência e desafio ao comando autoritário. *Journal of Experimental Research in Personality, 1,* 282-289.

76 . Kilham, W., & Mann, L. (1974). Nível de obediência destrutiva em função dos papéis de transmissor e executor no paradigma de obediência de Milgram. *Journal of Personality and Social Psychology, 29,* 696–702; Shanab, M. e Yahya, K. (1977). Um estudo comportamental de obediência em crianças. *Journal of Personality and Social Psychology, 35,* 530–536.

77 . Meeus, WHJ, & Raaijmakers, QAW (1995). Obediência na sociedade moderna: os estudos de Utrecht. *Journal of Social Issues, 51 (3),* 155–175; AG Miller, BE Collins e DE Brief. (1995). Perspectivas de obediência à autoridade: O legado dos experimentos de Milgram. *Journal of Social Issues, 51 (3),* 1-19.

78 . Burger, J. (2007). Replicação de Milgram. ABC *20/20* . 3 de janeiro; Burger, JM (2014). Características situacionais no experimento de Milgram que mantiveram seus participantes chocantes. *Journal of Social Issues* , *70* , 489–500.

79 . Democracy Now (2005). Abu Ghraib: Fugindo da tortura? O monitoramento dos direitos humanos exige a responsabilização pelos abusos de detidos pelos EUA. Recuperado em 2 de janeiro de 2010, em http://www.democracynow.org/2005/4/25/getting_away_with_torture_human_rights ; Zimbardo, P. (2007). *O efeito Lúcifer.* Nova York: Random House.

80 . Milgram, S. (1965). Algumas condições de obediência e desobediência à autoridade. *Relações Humanas, 18,* 57-76; Milgram, S. (1974). *Obediência à autoridade: uma visão experimental.* Nova York: Harper & Row.

81 . Meeus, WHJ, & Raaijmakers, QAW (1995). Obediência na sociedade moderna: os estudos de Utrecht. *Journal of Social Issues, 51,* 155–176.

82 . Vasquez-Heilig, J., & Darling-Hammond, L. (2008). Estilo do Texas de responsabilidade: O progresso e a aprendizagem de alunos de minorias urbanas em um contexto de teste de alto risco. *Avaliação Educacional e Análise de Política, 30* , 75-110.

83 . Martin, R., & Hewstone, M. (2017). Influência da minoria. *Social Psychology: Revisiting the Classic Studies* , 93.

84 . O'Connor, SD (2007). *A majestade da lei: reflexões de um juiz da Suprema Corte.* Nova York: Random House.

Capítulo 5 Comunicação de massa, propaganda e persuasão

1 . Por exemplo, consulte http://www.hopkinsmedicine.org/health/healthy_aging/healthy_body/is-there-really-any-benefit-to-multivitamins . Acessado em 13 de agosto de 2017.

2 . Smith, A. (2015). Uso de smartphone nos EUA em 2015. *Pew Research Center* , *1* ; Tsetsi, E., & Rains, SA (2017). Acesso e uso da Internet no smartphone: ampliando a exclusão digital e a lacuna de uso. *Mídia móvel e comunicação* , DOI: 10.1177 / 2050157917708329.

3 . Hamm, MP, Newton, AS, Chisholm, A., Shulhan, J., Milne, A., Sundar, P., & Hartling, L. (2015). Prevalência e efeito do cyberbullying em crianças e jovens: uma revisão de escopo de estudos de mídia social. *JAMA Pediatrics* , *169* , 770–777; Groves, CL e Anderson, CA (2017). Efeitos negativos do jogo de vídeo 49. *Handbook of Digital Games and Entertainment Technologies* , 1297; Benotsch, EG, Snipes, DJ, Martin, AM, & Bull, SS (2013). Sexting, uso de substâncias e comportamento sexual de risco em adultos jovens. *Journal of Adolescent Health* , *52* , 307–313.

4 . Oulasvirta, A., Rattenbury, T., Ma, L., & Raita, E. (2012). Os hábitos tornam generalizado o uso do smartphone. *Personal and Ubiquitous Computing, 16* , 105-114.

5 . Alter, A. (2017). *Irresistível: A ascensão da tecnologia viciante e o negócio de nos manter presos* . Nova York: Penguin.

6 . Seo, DG, Park, Y., Kim, MK, & Park, J. (2016). Dependência do telefone celular e seus impactos no comportamento social e acadêmico de adolescentes. *Computers in Human Behavior* , *63* , 282-292.

7 . Centros para Controle e Prevenção de Doenças (2016). *Youth Risk Behavior Surveillance – United States, 2015. Morbidity and Mortality Weekly Report,* 65. Atlanta, GA: Centros para Controle e Prevenção de Doenças.

8 . Thornton, B., Faires, A., Robbins, M., & Rollins, E. (2014). A mera presença de um telefone celular pode distrair a atenção e o desempenho de tarefas. *Psicologia Social* , *45* , 479-488.

9 . Przybylski, AK, & Weinstein, N. (2013). Você pode se conectar comigo agora? Como a presença da tecnologia de comunicação móvel influencia a qualidade da conversa face a face. *Journal of Social and Personal Relationships, 30* , 237-246.

10 . Misra, S., Cheng, L., Genevie, J., & Yuan, M. (2016). O efeito iPhone: a qualidade das interações sociais pessoais na presença de dispositivos móveis. *Environment and Behavior* , *48* , 275-298.

11 . https://techcrunch.com/2017/03/03/us-consumers-now-spend-5-hours-per-day-on-mobile-devices/ . Acessado em 14 de agosto de 2017; https://hackernoon.com/how-much-time-do-people-spend-on-their-mobile-phones-in-2017-e5f90a0b10a6 . Acessado em 14 de agosto de 2017.

12 . Uhls, YT, Michikyan, M., Morris, J., Garcia, D., Small, GW, Zgourou, E., & Greenfield, PM (2014). Cinco dias em um acampamento de educação ao ar livre sem telas melhora as habilidades da pré-adolescente com sinais de emoção não-verbal. *Computers in Human Behavior* , *39* , 387-392.

13 . Green, CS, & Bavelier, D. (2012). Aprendizagem, controle de atenção e videogames de ação. *Current Biology* , *22* , R197 – R206.

14 . Twenge, JM (2013). A mídia social online leva à conexão social ou desconexão social? *Journal of College and Character* , *14* , 11–20; Halpern, D., Valenzuela, S., & Katz, JE (2016). “Selfie-ists” ou “Narci-selfiers” ?: Uma análise de painel cross-lag de selfies e narcisismo. *Personality and Individual Differences* , *97* , 98-101.

15 . Jackson, M. (2008). *Distraído: A erosão da atenção e a idade das trevas que se aproxima* . Nova York: Prometheus Books; Carr, N. (2011). *Os rasos: o que a Internet está fazendo com nossos cérebros* . Nova York: WW Norton.

16 . Para obter uma lista excelente de referências científicas sobre os benefícios de caminhar na natureza com base na energia mental, criatividade, redução do estresse, memória e outras áreas cognitivas, consulte http://www.businessinsider.com/scientific-benefits-of-nature-outdoors -2016-4 / # 1-aprimorado-memória de curto prazo-1 . Acessado em 14 de agosto de 2017.

17 . Verduyn, P., Lee, DS, Park, J., Shablack, H., Orvell, A., Bayer, J., & Kross, E. (2015). O uso passivo do Facebook prejudica o bem-estar afetivo: evidências experimentais e longitudinais. *Journal of Experimental Psychology: General* , *144* , 480.

18 . Johnson, RN (1996). Más notícias revisitadas: o retrato da violência, do conflito e do sofrimento no noticiário da televisão. *Peace and Conflict: Journal of Peace Psychology, 2,* 201-216.

19 . Pollock, J. (2017). *Crime e Justiça Criminal na América* . Nova York: Taylor & Francis.

20 . Piccalo, G. (2001). *Los Angeles Times* . 26 de setembro.

21 . Nowicki, Dan. The Arizona Republic recuperado em: https://www.usatoday.com/story/news/nation/2013/03/17/iraq-war-10-years-later/1993431/ . Acessado em 14 de agosto de 2017.

22 . Gilbert, GM (1947). *Diário de Nuremberg* (pp. 278-279). Nova York: Farrar, Straus and Company.

23 . (1982). *St. Petersburg Times* . 21 de outubro; (1982). *O Tennessean.* 31 de outubro.

24 . (1982). *Newsbank, 19,* outubro, 1.

25 . Phillips, DP e Carstensen, LL (1986). Agrupamento de suicídios de adolescentes após notícias na televisão sobre suicídio. *New England Journal of Medicine, 315,* 685-689; Phillips, DP, Lesyna, K., & Paight, DJ (1992). Suicídio e mídia. Em RW Maris, AL Berman, JT Maltsberger, & RI Yufit (Eds.), *Avaliação e predição de suicídio* (pp. 499-519). Nova York: Guilford Press.

26 . Ma-Kellams, C., Baek, JH, & Or, F. (2016). Contágio suicida em resposta a mortes de celebridades amplamente divulgadas: os papéis do afeto deprimido, acessibilidade ao pensamento de morte e atitudes. *Psychology of Popular Media Culture,* DOI: 10.1037 / ppm0000115.

27 . Jobes, DA, Berman, AL, O'Carroll, PW, Eastgard, S., & Knickmeyer, S. (1996). A crise do suicídio de Kurt Cobain: perspectivas da pesquisa, saúde pública e mídia de notícias. *Suicide and Life Threatening Behavior, 26,* 260-269.

28 . Jenkin, G., Madhvani, N., Signal, L., & Bowers, S. (2014). Uma revisão sistemática de técnicas de marketing persuasivo para promover alimentos para crianças na televisão. *Obesity Reviews* , *15* , 281-293.

29 . Lyle, J., & Hoffman, H. (1971). Explorações nos padrões de visualização de televisão por crianças em idade pré-escolar. Em JP Murray, EA Robinson, & GA Comstock (Eds.), *Television and social behavior* (Vol. 4, pp. 257-344). Rockville, MD: National Institutes of Health; Unnikrishnan, N., & Bajpai, S. (1996). *O impacto da publicidade televisiva nas crianças.* Nova Delhi: Sage.

30 . Kunkel, D., & Roberts, D. (1991). Mentes jovens e valores de mercado: questões na publicidade televisiva infantil. *Journal of Social Issues, 47,* 57–72.

31 . Borzekowski, DL e Robinson, TN (2001). O efeito de 30 segundos: um experimento que revela o impacto dos comerciais de televisão nas preferências alimentares de crianças em idade pré-escolar. *Journal of the American Dietetic Association* , *101* , 42-46.

32 . Kunkel, D., & Roberts, D. (1991). Mentes jovens e valores de mercado: questões na publicidade televisiva infantil. *Journal of Social Issues, 47,* 57–72.

33 . Levine, R. (2003). *O poder de persuasão: como somos comprados e vendidos* . Nova York: John Wiley & Sons.

34 . Zajonc, R. (1968). Os efeitos atitudinais da mera exposição. *Journal of Personality and Social Psychology, Monograph Supplement, 9,* 1-27.

35 . Bornstein, RF (1989) Exposição e afeto: Visão geral e meta-análise da pesquisa, 1968–1987. *Psychological Bulletin, 106,* 265-289.

36 . Nuttin, J. (1985). Narcisismo além da Gestalt e da consciência: o efeito da letra do nome. *European Journal of Social Psychology, 15,* 353–361; Keller, B., & Gierl, H. (2017). Os anunciantes podem se beneficiar do efeito da letra do nome e do número de aniversário? Em *Advances in Advertising Research VIII* (pp. 31–44). Nova York: Springer Fachmedien Wiesbaden.

37 . Brady, N., Campbell, M., & Flaherty, M. (2004). Meu cérebro esquerdo e eu: uma dissociação na percepção de si mesmo e dos outros. *Neuropsychologia, 42,* 1156-1161.

38 . McGuire, WJ (1986). O mito do impacto massivo na mídia: Salvamentos e salvamentos. *Public Communication and Behavior* , *1* , 173-257.

39 . Grush, J., McKeough, K., & Ahlering, R. (1978). Extrapolando pesquisas de exposição de laboratório para eleições políticas reais. *Journal of Personality and Social Psychology, 36,* 257–270; Grush, JE (1980). Impacto dos gastos dos candidatos, regionalidade e resultados anteriores nas primárias presidenciais de 1976. *Journal of Personality and Social Psychology, 38,* 337-347.

40 . Pfau, M., Diedrich, T., Larson, KM, & Van Winkle, KM (1995). Influência das modalidades de comunicação na percepção dos eleitores sobre os candidatos durante as primárias presidenciais. *Journal of Communication, 45,* 122–133; Soley, LC, Craig, RL e Cherif, S. (1988). Gastos promocionais em eleições parlamentares: participação, comitês de ação política e efeitos da assimetria. *Journal of Advertising, 17,* 36–44; Kaid, LL (2004). Publicidade política. *Handbook of Political Communication Research* , 155–202.

41 . White, JE (1988). O jogador mais valioso de Bush. *Time,* 14 de novembro de 20 a 21.

42 . Rosenthal, A. (1988). Os inimigos acusam a campanha de Bush de inflamar a tensão racial. *New York Times,* 24 de outubro, A1, B5; Caixa de Pandora (1988). *A Nova República* , 4 de outubro de 45.

43 . Tolchin, M. (1988). O estudo diz que 53.000 obtiveram licenças de prisão em 1987, e poucos causaram danos. *New York Times,* 12 de outubro, A23.

44 . Pratkanis, AR, & Aronson, E. (1992). *A era da propaganda: o uso diário e o abuso da persuasão.* Nova York: WH Freeman.

45 . Pratkanis, AR (1993). Propaganda e persuasão nas eleições presidenciais dos Estados Unidos de 1992: quais são as implicações para uma democracia? *Current World Leaders, 36,* 341-361.

46 . Pariser, E. (2011). *A bolha do filtro: como a nova web personalizada está mudando o que lemos e pensamos* . Nova York: Penguin.

47 . Newseum (2017). Estado da primeira alteração. Freedom Forum.

48 . CNN. (2016). Aquela frase de Trump chamando os republicanos de “o grupo de eleitores mais idiotas”? Falso! http://www.cnn.com/2016/11/10/politics/trump-quote-facebook-trnd/index.html . Acessado em 14 de agosto de 2017; *Revista New York.* (2017). “A falsa citação de Donald Trump que simplesmente não vai morrer”. http://nymag.com/selectall/2016/11/the-fake-donald-trump-quote-that-just-wont-die.html . Acessado em 14 de agosto de 2017.

49 . Petty, RE e Cacciopo, JT (1986). O modelo de probabilidade de elaboração de persuasão. Em L. Berkowitz (Ed.) *Advances in experimental social psychology* (pp. 123-205). Hillsdale, NJ: Erlbaum; Petty, RE, Heesacker, M., & Hughes, JN (1997). O modelo de verossimilhança de elaboração: implicações para a prática da psicologia escolar. *Journal of School Psychology, 35* , 107–136; Chaiken, S., Wood, W., & Eagly, AH (1996). Princípios de persuasão. Em ET Higgins, & AW Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic* sources (pp. 702-742). Nova York: Guilford Press.

50 . McGlone, MS, & Tofighbakhsh, J. (2000). Aves da mesma pena voam conjuntamente (?): Rima como razão em aforismos. *Psychological Science* , *11* , 424-428; McGlone, MS, & Tofighbakhsh, J. (1999). A heurística de Keats: Rima como razão na interpretação de aforismos. *Poética, 26* , 235-244.

51 . Luntz, F. (2007). *Palavras que funcionam.* Nova York: Hyperion.

52 . Veja, por exemplo, LiveScience (2012). https://www.livescience.com/36367-pink-slime-bad-health-beef.html . Acessado em 14 de agosto de 2017.

53 . Eagly, AH, & Chaiken, S. (1993). *A psicologia das atitudes* . Fort Worth, TX: Harcourt, Brace e Jovanovich.

54 . Aristóteles. (1954). Retórica. Em W. Roberts (Trans.), *Aristóteles, retórica e poética* (p. 25). Nova York: Modern Library.

55 . Hovland, C., & Weiss, W. (1951). A influência da credibilidade da fonte na eficácia da comunicação. *Public Opinion Quarterly, 15,* 635–650.

56 . Aronson, E., & Golden, B. (1962). O efeito de aspectos relevantes e irrelevantes da credibilidade do comunicador na mudança de opinião. *Journal of Personality, 30,* 135-146.

57 . Walster (Hatfield), E., & Festinger, L. (1962). A eficácia das comunicações persuasivas “ouvidas”. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 65,* 395–402.

58 . Mills, J., & Aronson, E. (1965). Mudança de opinião em função da atratividade do comunicador e do desejo de influenciar. *Journal of Personality and Social Psychology, 1,* 173-177.

59 . Eagly, A., & Chaiken, S. (1975). Uma análise de atribuição do efeito das características do comunicador na mudança de opinião: O caso da atratividade do comunicador. *Journal of Personality and Social Psychology, 32,* 136–144; Eagly, AH, Ashmore, RD, Makhijani, MG, & Longo, LC (1991). O que é bonito é bom, mas ...: Uma revisão meta-analítica da pesquisa sobre o estereótipo da atratividade física. *Psychological Bulletin, 110,* 109-128.

60 . (1987). *Santa Cruz Sentinel,* 13 de janeiro, p. A8.

61 . Walster (Hatfield), E., & Festinger, L. (1962). A eficácia das comunicações persuasivas “ouvidas”. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 65,* 395–402.

62 . Eckel, CC, & Wilson, RK (2004). A confiança é uma decisão arriscada? *Journal of Economic Behavior & Organization* , *55* , 447-465.

63 . Mills, J., & Aronson, E. (1965). Mudança de opinião em função da atratividade do comunicador e do desejo de influenciar. *Journal of Personality and Social Psychology, 1,* 173-177; Eagly, A., & Chaiken, S. (1975). Uma análise de atribuição do efeito das características do comunicador na mudança de opinião: O caso da atratividade do comunicador. *Journal of Personality and Social Psychology, 32,* 136–144; Eagly, AH, Ashmore, RD, Makhijani, MG, & Longo, LC (1991). O que é bonito é bom, mas. …: Uma revisão meta-analítica da pesquisa sobre o estereótipo da atratividade física. *Psychological Bulletin, 110,* 109-128.

64 . Hartmann, G. (1936). Uma experiência de campo sobre a eficácia comparativa de folhetos políticos “emocionais” e “racionais” na determinação dos resultados eleitorais. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 31,* 336-352.

65 . Leventhal, H. (1970). Descobertas e teoria no estudo das comunicações do medo. Em L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 5, pp. 119-186). Nova York: Academic Press; Leventhal, H., Meyer, D., & Nerenz, D. (1980). A representação do senso comum do perigo da doença. Em S. Rachman (Ed.), *Contribuições para a psicologia médica* (Vol. 2), Nova York: Pergamon Press; Cameron, LD, & Leventhal, H. (1995). Crenças de vulnerabilidade, experiências de sintomas e o processamento de informações de ameaças à saúde: uma perspectiva de autorregulação. *Journal of Applied Social Psychology, 25,* 1859-1883.

66 . Chapman University. (2016). https://blogs.chapman.edu/wilkinson/2016/10/11/americas-top-fears-2016/ . Acessado em 14 de agosto de 2017.

67 . Gilbert, D. (2006). Se ao menos o sexo gay causasse o aquecimento global. *Los Angeles Times,* 2 de julho.

68 . McGlone, MS, Bell, RA, Zaitchik, ST e McGlynn III, J. (2013). Não deixe a gripe pegar você: designação de agência em materiais educacionais impressos sobre o vírus da influenza H1N1. *Journal of Health Communication* , *18* , 740–756; McGlone, MS, Stephens, KK, Rodriguez, SA, & Fernandez, ME (2017). Textos persuasivos para ação de alerta: Atribuição de agência em lembretes de vacinação contra o HPV. *Vaccine, 5,* 4295–4297.

69 . Haidt, J. (2003). As emoções morais. *Handbook of Affective Sciences* , *11* , 852–870.

70 . Brady, WJ, Wills, JA, Jost, JT, Tucker, JA e Van Bavel, JJ (2017). A emoção molda a difusão de conteúdo moralizado nas redes sociais. *Proceedings of the National Academy of Sciences* , *114* , 7313-7318.

71 . Lakoff, G. (2016). *Política moral: como pensam os liberais e os conservadores* (3ª edição). Chicago: University of Chicago Press.

72 . Hibbert, S., Smith, A., Davies, A., & Ireland, F. (2007). A culpa apela: Conhecimento de persuasão e doações de caridade. *Psychology & Marketing* , *24* , 723–742; Carlsmith, JM, & Gross, AE (1969). Alguns efeitos da culpa no cumprimento. *Journal of Personality and Social Psychology* , *11* , 232.

73 . Schnall, S., Roper, J., & Fessler, DM (2010). A elevação leva a um comportamento altruísta. *Psychological Science* , *21* , 315–320; Algoe, SB, & Haidt, J. (2009). Testemunhar a excelência em ação: As emoções de “elogio ao outro” de elevação, gratidão e admiração. *Journal of Positive Psychology* , *4* , 105-127; Franklin Waddell, T., Bailey, E., & Davis, SE (2017). A elevação reduz o prazer dos telespectadores com a violência na mídia? Testando o potencial de intervenção de mídias inspiradoras. *Journal of Media Psychology* , *1,* 1-7.

74 . Grant, A. (2014). *Dar e receber: por que ajudar os outros impulsiona nosso sucesso* . Nova York: Penguin.

75 . Nisbett, R., Borgida, E., Crandall, R., & Reed, H. (1976). Indução popular: a informação nem sempre é informativa. Em JS Carroll e JW Payne (Eds.), *Cognition and social behavior* (pp. 227-236). Hillsdale, NJ: Erlbaum; Nisbett, R., & Ross, L. (1980). *Inferência humana: estratégias e deficiências do julgamento social.* Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall; Hamill, R., DeCamp Wilson, T., & Nisbett, R. (1980). Insensibilidade ao viés da amostra: generalização de casos atípicos. *Journal of Personality and Social Psychology, 39,* 578–589.

76 . Aronson, E., Gonzales, MH e Costanzo, M. (1988). Aumentando a eficácia dos auditores de energia: um experimento de campo. *Journal of Applied Social Psychology, 18,* 1049–1066.

77 . McClure, T., & Spence, R. (2006). *Não mexa com o Texas: a história por trás da lenda.* Austin, TX: Idea City Press.

78 . Bryan, CJ, Walton, GM, Rogers, T., & Dweck, CS (2011). Motivar o comparecimento dos eleitores ao invocar o self. *Proceedings of the National Academy of Sciences* , *108* , 12653–12656.

79 . Bryan, CJ (2018). Você é o que você faz: Implicando a si mesmo para influenciar o comportamento. Em J. Aronson & E. Aronson (Eds.), *Readings about the social animal* (12ª edição). Nova York: Worth.

80 . Hovland, C., Lumsdain, A., & Sheffield, F. (1949). *Experimentos em comunicação de massa.* Princeton, NJ: Princeton University Press.

81 . Zimbardo, P. (1960). Discrepância de envolvimento e comunicação como determinantes da conformidade da opinião. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 60,* 86-94.

82 . Whittaker, JO (1963). Mudança de opinião em função da discrepância comunicação-atitude. *Psychological Reports, 13,* 763-772.

83 . Hovland, C., Harvey, OJ, & Sherif, M. (1957). Efeitos de assimilação e contraste em reação à comunicação e mudança de atitude. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 55,* 244-252.

84 . Zellner, M. (1970). Auto-estima, recepção e influência. *Journal of Personality and Social Psychology, 15,* 87-93; Wood, W., & Stagner, B. (1994). Por que algumas pessoas são mais fáceis de influenciar do que outras? Em S. Shavitt & T. Brock (Eds.), *Persuasion: Psychological insights and perspectives* (pp. 149-174). Boston: Allyn & Bacon.

85 . Jost, JT, Glaser, J., Kruglanski, AW, & Sulloway, F. (2003). Conservadorismo político como cognição social motivada. *Psychological Bulletin, 129,* 339-375.

86 . Graham, J., Haidt, J., & Nosek, BA (2009). Liberais e conservadores contam com diferentes conjuntos de bases morais. *Journal of Personality and Social Psychology, 96,* 1029–1046; Jost, JT, Nosek, BA e Gosling, SD (2008). Ideologia: seu ressurgimento na psicologia social, da personalidade e da política. *Perspectives on Psychological Science, 3,* 126-136.

87 . Haidt, J. (2012). *A mente correta: por que pessoas boas são divididas por política e religião* . Nova York: Vintage / Random House.

88 . Cialdini, R. (2016). *Pré-persuasão* . Nova York: Simon & Schuster.

89 . Janis, IJ, Kaye, D., & Kirschner, P. (1965). Facilitar os efeitos de “comer enquanto lê” na capacidade de resposta à comunicação persuasiva. *Journal of Personality and Social Psychology, 1,* 181-186.

90 . Petty, RE, Schumann, DW, Richman, SA, & Strathman, A. (1993). Humor positivo e persuasão: papéis diferentes para o afeto sob condições de alta e baixa elaboração. *Journal of Personality and Social Psychology, 64,* 5-20.

91 . Cohen, GT, Aronson, J., & Steele, C. (2000). Quando as crenças se transformam em evidências: Reduzindo a avaliação tendenciosa, afirmando a si mesmo. *Personality and Social Psychology Bulletin, 26,* 1151–1164.

92 . Hass, RG, & Grady, K. (1975). Atraso temporal, tipo de aviso prévio e resistência à influência. *Journal of Experimental Social Psychology, 11,* 459-469.

93 . Freedman, J., & Sears, D. (1965). Aviso, distração e resistência à influência. *Journal of Personality and Social Psychology, 1,* 262–266; Petty, RE, & Cacioppo, JT (1979). Efeitos da advertência de intenção persuasiva e envolvimento nas respostas cognitivas e persuasão. *Personality and Social Psychology Bulletin, 5,* 173–176; Chen, HC, Reardon, R., Rea, C., & Moore, DJ (1992). Aviso prévio de conteúdo e envolvimento: Consequências para a persuasão e resistência à persuasão. *Journal of Experimental Social Psychology, 28,* 523-541.

94 . Brehm, J. (1966). *Uma teoria da reatância psicológica.* Nova York: Academic Press.

95 . Pennebaker, JW & Sanders, DY (1976). Grafite americano: efeitos da autoridade e do despertar da reatância. *Personality and Social Psychology Bulletin, 2,* 264–267.

96 . Erceg-Hurn, DM, & Steed, LG (2011). A exposição a advertências de cigarros causa reatância psicológica em fumantes? *Journal of Applied Social Psychology* , *41* , 219–237; Miller, CH, Lane, LT, Deatrick, LM, Young, AM, & Potts, KA (2007). Reatância psicológica e mensagens promocionais de saúde. *Human Communication Research, 33,* 219-240.

97 . Heilman, M. (1976). Comportamento de oposição em função da intensidade da tentativa de influência e da ameaça de retaliação. *Journal of Personality and Social Psychology, 33,* 574–578.

98 . McGuire, WJ (1964). Induzindo resistência à persuasão. Em L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 1, pp. 192-229). Nova York: Academic Press; McGuire, W., & Papageorgis, D. (1961). A eficácia relativa de vários tipos de defesa de crença anterior na produção de imunidade contra a persuasão. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 62,* 327-337.

99 . Banas, JA, & Miller, G. (2013). Induzindo resistência à propaganda da teoria da conspiração: Testando estratégias de inoculação e metainoculação. *Human Communication Research, 39,* 184–207.

100 . Barrett, LF (2017, 16 de julho). Quando a fala é violenta? *New York Times,* Sunday Review, 9.

Capítulo 6 Agressão Humana

1 . (1986). *Newsweek,* 28 de abril de 22.

2 . Arquivo de tiro em massa (2017). http://www.gunviolencearchive.org/reports/mass-shooting . Acessado em 16 de agosto de 2017.

3 . Freud, S. (1948). *Além do princípio do prazer.* Londres: Hogarth Press e Institute of Psycho-Analysis.

4 . Kuo, ZY (1961). Gênese da resposta do gato ao rato. Em E. Aronson (Ed.), *Instinct* (p. 24). Princeton, NJ: Van Nostrand.

5 . Eibl-Eibesfeldt, I. (1963). Comportamento agressivo e luta ritualizada em animais. Em JH Masserman (Ed.), *Ciência e Psicanálise, Vol. VI. Violência e guerra.* Nova York: Grune & Stratton.

6 . Watts, D., Muller, M., Amsler, S., Mbabazi, G., & Mitani, JC (2006). Agressão letal entre grupos por chimpanzés no Parque Nacional Kibale, Uganda. *American Journal of Primatology, 68,* 161-180; Watts, D., & Mitani, JC (2001). Patrulhas de fronteira e encontros entre grupos em chimpanzés selvagens. *Behavior, 138,* 299-327.

7 . De Waal, FBM (1996). *Boa índole: as origens do certo e do errado em humanos e outros animais.* Cambridge, MA: Harvard University Press; Parish, AR, & de Waal, FBM (2000). O outro “parente vivo mais próximo”: como os bonobos (Pan paniscus) desafiam as suposições tradicionais sobre as mulheres, dominação, interações intra e intersexuais e evolução hominídea. *Anais da Academia de Ciências de Nova York, 907,* 97-113.

8 . Hare, B. (2017). Sobrevivência dos mais amigáveis: o Homo sapiens evoluiu por meio da seleção para a pró-socialidade. *Revisão anual de psicologia* , *68* , 155-186; Muller, MN e Mitani, JC (2005). Conflito e cooperação em chimpanzés selvagens. *Advances in the Study of Behavior* , *35* , 275-331.

9 . Bergeron, N., & Schneider, BH (2005). Explicando diferenças transnacionais na agressão dirigida por pares: uma síntese quantitativa. *Comportamento agressivo, 31,* 116-137.

10 . Baron, RA e Richardson, DR (1994). *Agressão humana* (2ª edição). Nova York: Plenum.

11 . Hunt, GT (1940). *As guerras dos iroqueses.* Madison: The University of Wisconsin Press.

12 . Pinker, S. (2011). *Os melhores anjos de nossa natureza.* Nova York: Penguin; Pinker, S. (2016). O declínio da violência foi revertido desde que *The Better Angels of Our Nature* foi escrito? https://stevenpinker.com/files/pinker/files/has_the_decline_of_violence_reversed_since_the_better_angels_of_our_nature_was_written.pdf . Acessado em 16 de agosto de 2017.

13 . Nisbett, RE (1993). Violência e cultura regional dos EUA. *American Psychologist, 48,* 441–449.

14 . Cohen, D., Nisbett, R., Bowdle, BF, & Schwarz, N. (1996) Insult, agression, and the Southern culture of honor: An "experimental ethnography." *Journal of Personality and Social Psychology, 70,* 945–960.

15 . Cohen, D., & Nisbett, RE (1994). Autoproteção e cultura da honra: explicando a violência no sul. *Personality and Social Psychology Bulletin, 20,* 551–567.

16 . Cohen, D., & Nisbett, RE (1997). Experimentos de campo examinando a cultura da honra: o papel das instituições na perpetuação de normas sobre violência. *Personality and Social Psychology Bulletin, 23,* 1188–1199.

17 . Brown, RP, Osterman, LL, & Barnes, CD (2009). Violência escolar e a cultura da honra. *Psychological Science, 20,* 1400-1405.

18 . Vandello, JA, & Cohen, D. (1999). Padrões de individualismo e coletivismo nos Estados Unidos. *Journal of Personality and Social Psychology, 77,* 279-292; Vandello, JA, Cohen, D., & Ransom, S. (2008). Diferenças do sul e do norte dos EUA nas percepções das normas sobre agressão: mecanismos para a perpetuação de uma cultura de honra. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 39* , 162-177.

19 . Bosson, JK, & Vandello, JA (2011). A masculinidade precária e seus vínculos com a ação e a agressão. *Current Directions in Psychological Science* , *20,* 82-86.

20 . Gilmore, DD (1990). *A masculinidade em formação: conceitos culturais de masculinidade.* New Haven, CT: Yale University Press; Kimmel, M. (2012). *A sociedade de gênero* (5ª edição). Nova York: Oxford University Press.

21 . Archer, J. (2004). Diferenças de sexo na agressão em ambientes do mundo real: uma revisão meta-analítica. *Review of General Psychology* , *8* , 291.

22 . Archer, D., & McDaniel, P. (1995). Violência e gênero: diferenças e semelhanças entre as sociedades. Em RB Ruback & NA Weiner (Eds.), *Comportamentos violentos interpessoais: aspectos sociais e culturais* (pp. 63-88). Nova York: Springer.

23 . Dabbs, JM, Carr, TS, Frady, RL, & Riad, JK (1995). Testosterona, crime e mau comportamento entre 692 presidiários do sexo masculino. *Personality and Individual Differences, 7,* 269–275.

24 . Dabbs, JM, Jr., Hargrove, MF, & Heusel, C. (1996). Diferenças de testosterona entre fraternidades universitárias: Bem comportado vs. indisciplinado. *Personality and Individual Differences, 20* , 157-161.

25 . Archer, J., & Carré, JM (2016). Testosterona e agressão. *Agressão e violência: uma perspectiva psicológica social* , 90.

26 . Sapolsky, RA (2017). *Comporte-se: a biologia dos humanos em seu melhor e pior.* Londres: Bodley Head. Citações nas páginas 100 e 101.

27 . Breiding, MJ, Chen J., & Black, MC (2014). *Violência por parceiro íntimo nos Estados Unidos - 2010* . Atlanta: Centro Nacional para Prevenção e Controle de Lesões, Centros para Controle e Prevenção de Doenças.

28 . Testa, M., Hoffman, JH, & Leonard, KE (2011). Perpetração de violência por parceiro íntimo feminino: estabilidade e preditores de agressão mútua e não mútua durante o primeiro ano de faculdade. *Aggressive Behavior* , *37* , 362-373.

29 . Straus, M. (2011). Simetria de gênero e mutualidade na perpetração da violência praticada pelo parceiro em nível clínico: evidências empíricas e implicações para prevenção e tratamento. *Aggression and Violent Behavior* , *16* , 279-288.

30 . Langhinrichsen-Rohling, J., Misra, TA, Selwyn, C., & Rohling, ML (2012). Taxas de violência bidirecional versus unidirecional do parceiro íntimo em amostras, orientações sexuais e raça / etnia: uma revisão abrangente. *Abuso de parceiro* , 3, 199–230.

31 . Archer, J. (2004). Diferenças de sexo na agressão em ambientes do mundo real: uma revisão meta-analítica. *Review of General Psychology, 8* , 291-322; Levy, B. (2008). *Mulheres e violência.* Berkeley, CA: Seal Press.

32 . Bettencourt, BA, & Miller, N. (1996). Diferenças de gênero na agressão em função da provocação: uma meta-análise. *Psychological Bulletin, 119,* 422-447.

33 . Eisenstat, SA, & Bancroft, L. (1999). Violência doméstica. *New England Journal of Medicine, 341,* 886–892.

34 . Archer, D., & McDaniel, P. (1995). Violência e gênero: diferenças e semelhanças entre as sociedades. Em RB Ruback & NA Weiner (Eds.), *Comportamentos violentos interpessoais: aspectos sociais e culturais* (pp. 63-88). Nova York: Springer.

35 . Harris, MG (2004). Cholas, garotas mexicano-americanas e gangues. *Sex Roles, 30,* 289-301.

36 . O'Rourke, L. (2008). Atrás da mulher atrás da bomba. *New York Times,* 2 de agosto.

37 . Crick, NR, Casas, JF, & Mosher, M. (1997). Agressão relacional e aberta na pré-escola. *Developmental Psychology, 33,* 579-587.

38 . Murray-Close, D., Nelson, DA, Ostrov, JM, Casas, JF, & Crick, NR (2016). Agressão relacional: uma perspectiva da psicopatologia do desenvolvimento. *Psicopatologia do Desenvolvimento* .

39 . Ostrov, JM, Woods, KE, Jansen Yeh, EA, Casas, JF, & Crick, NR (2004). Um estudo observacional de agressão entregue e recebida, gênero e ajuste sócio-psicológico na pré-escola. *Early Childhood Research Quarterly, 19,* 355-371.

40 . Rivers I., Chesney T., & Coyne I. (2011). Cyberbullying. In: CP Monks & I. Coyne (Eds.), *Bullying in different* contextts (pp. 211–230). Cambridge: Cambridge University Press.

41 . Palfrey, J., boyd, d. [Sic], & Sacco, D. (2010). Melhorar a segurança infantil e as tecnologias online. O Centro Berkman para Internet e Sociedade da Universidade de Harvard. Durham, NC: Carolina Academic Press. http://www.cap-press.com/pdf/1997.pdf . Acessado em 16 de agosto de 2017.

42 . Freud, S. (1959). Por que guerra? (Carta para Albert Einstein, 1932). Em E. Jones (Ed.), *Collected papers* (Vol. 5., p. 282). Nova York: Basic Books.

43 . Menninger, W. (1948). Recreação e saúde mental. *Recreation, 42,* 340-346.

44 . Bushman, B. (2002). Desabafar a raiva alimenta ou apaga a chama? Catarse, ruminação, distração, raiva e respostas agressivas. *Personality and Social Psychology Bulletin, 28,* 724–731.

45 . Patterson, AH (1974). Catarse de hostilidade: um quase experimento naturalista. *Proceedings of the Division of Personality and Society Psychology* , *1* , 195–197.

46 . Geen, R. (1981). Humor do espectador em um evento esportivo agressivo. *Journal of Social Psychology, 3,* 217-227.

47 . Glass, D. (1964). Mudanças no gosto como forma de reduzir as discrepâncias cognitivas entre autoestima e agressão. *Journal of Personality, 32,* 531–549.

48 . Bushman, BJ, Baumeister, RF e Phillips, CM (2001). As pessoas são agressivas para melhorar o humor? As crenças da catarse afetam a oportunidade de regulação e a resposta agressiva. *Journal of Personality and Social Psychology* , *81* , 17; Bushman, BJ e Whitaker, JL (2010). Como um ímã: as crenças da catarse atraem pessoas raivosas para videogames violentos. *Psychological Science* , *21* , 790–792; Bushman, BJ, Baumeister, RF, & Stack, AD (1999). Catarse, agressão e influência persuasiva: profecias autorrealizáveis ou autodestrutivas? *Journal of Personality and Social Psychology* , *76* , 367-376.

49 . Kahn, M. (1966). A fisiologia da catarse. *Journal of Personality and Social Psychology, 3,* 278-298.

50 . Davis, KE, & Jones, EE (1960). Mudanças na percepção interpessoal como forma de reduzir a dissonância cognitiva. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 61,* 402-410.

51 . Doob, AN, & Wood, L. (1972). Catarse e agressão: Os efeitos do aborrecimento e da retaliação no comportamento agressivo. *Journal of Personality and Social Psychology, 22,* 156–162; Bushman, BJ, Bonacci, AM, Pedersen, WC, et al. (2005). Mastigar pode te mastigar: efeitos da ruminação na agressão desencadeada. *Journal of Personality and Social Psychology, 88* , 969-983.

52 . Shergill SS, Bays PM, Frith, CD, & Wolpert, DM (2003). Dois olhos por olho: a neurociência da escalada de força. *Science, 301,* 187.

53 . Heinz, A., Kluge, U., Schouler-Ocak, M., & Beck, A. (2016). Álcool e agressão. *European Psychiatry* , *33* , S21.

54 . Caetano, R., Schafer, J., & Cunradi, CB (2017). Violência entre parceiros íntimos relacionados ao álcool entre casais brancos, negros e hispânicos nos Estados Unidos. *Violência doméstica: as cinco grandes questões* .

55 . Taylor, SP e Leonard, KE (1983). Álcool e agressão física humana. Em R. Geen & E. Donnerstein (Eds.), *Agressão: Revisões teóricas e empíricas.* Nova York: Academic Press; Pedersen, WC, Vasquez, EA, Bartholow, BD, Grosvenor, M., & Truong, A. (2014). Você está me insultando? A exposição ao álcool aumenta a agressão após uma provocação ambígua. *Personality and Social Psychology Bulletin* , *40* , 1037–1049.

56 . Gable, PA, Mechin, NC, & Neal, LB (2016). Pistas de bebida e estreitamento da atenção: correlatos neurais da miopia virtual do álcool. *Psychology of Addictive Behaviors* , *30* , 377-382.

57 . Davis, D., & Loftus, E. (2003). O que é bom para o ganso confunde: Inconsistências entre a lei e a psicologia da intoxicação voluntária e da agressão sexual. *Handbook of Forensic Psychology* (pp. 997–1032). Nova York: Academic Press.

58 . Marlatt, GA e Rohsenow, DJ (1980). Processos cognitivos no uso de álcool: expectativa e o desenho de placebo equilibrado. Em NK Mello (Ed.), *Advances in drug abuse* (Vol. 1). Greenwich, CT: JAI Press; Bègue, L., Subra, B., Arvers, P., Muller, D., Bricout, V., & Zorman, N. (2009). Uma mensagem na garrafa: Efeitos extra-farmacológicos do álcool na agressão. *Journal of Experimental Social Psychology, 45,* 137-142.

59 . Hutchinson, RR (1983). A relação dor-agressão e sua expressão em cenários naturalistas. *Aggressive Behavior, 9,* 229-242.

60 . Berkowitz, L. (1988). Frustrações, avaliações e agressões estimuladas aversivamente. *Comportamento agressivo, 14,* 3-11.

61 . Stoff, D., & Cairns, R. (1996). *Agressão e violência: perspectivas genéticas, neurobiológicas e biossociais.* Mahwah, NJ: Erlbaum.

62 . Bushman, BJ, DeWall, CN, Pond, RS, & Hanus, MD (2014). A baixa glicose está relacionada a maior agressão em casais. *Proceedings of the National Academy of Sciences* , *111* , 6254-6257.

63 . Carlsmith, JM, & Anderson, CA (1979). Temperatura ambiente e ocorrência de violência coletiva: uma nova análise. *Journal of Personality and Social Psychology, 37,* 337-344.

64 . Anderson, CA, Bushman, BJ, & Groom, RW (1997). Anos quentes e ataque sério e mortal: testes empíricos da hipótese do calor. *Journal of Personality and Social Psychology, 73,* 1213–1223.

65 . Griffitt, W., & Veitch, R. (1971). Quente e lotado: Influências da densidade populacional e da temperatura no comportamento afetivo interpessoal. *Journal of*

Personality and Social Psychology, 17, 92–98; Anderson, C., Anderson, B., & Deuser, W. (1996). Examinando uma estrutura de agressão afetiva: efeitos da arma e da temperatura nos pensamentos, afeto e atitudes agressivos. *Personality and Social Psychology Bulletin, 22,* 366-376.

66 . Reifman, AS, Larrick, R., & Fein, S. (1991). Temperamento e temperatura no diamante: a relação calor-agressão na liga principal de beisebol. *Personality and Social Psychology Bulletin, 17* , 580–585.

67 . Kenrick, DT e MacFarlane, SW (1986). Temperatura ambiente e buzina: Um estudo de campo da relação calor / agressão. *Environment and Behavior, 18,* 179-191.

68 . Hsiang, SM, Burke, M., & Miguel, E. (2013). Quantificar a influência do clima no conflito humano. *Science, 341.* DOI: 10.1126 / science.1235367

69 . Gladwell, M. (2015). Limiares de violência: como os tiroteios em escolas pegam. *The New Yorker: Annals of Public Safety* .

70 . Aronson, E. (2000). *Ninguém deixou para odiar: Ensinando compaixão depois de Columbine.* Nova York: Worth / Freeman.

71 . Leary, MR, Kowalski, RM, Smith, L., & Phillips, S. (2003). Provocação, rejeição e violência: estudos de caso dos tiroteios em escolas. *Comportamento agressivo* , *29* , 202-214.

72 . Twenge, JM, Baumeister, RF, Tice, DM, & Stucke, TS Se você não pode se juntar a eles, vença-os: Efeitos da exclusão social no comportamento agressivo. *Journal of Personality and Social Psychology, 81,* 1058–1069; Baumeister, R., & Tice, D. (2017). O animal social encontra rejeição social: efeitos cognitivos, comportamentais, emocionais e interpessoais de ser excluído. Em J. Aronson & Aronson, E. (Eds.), *Readings about the social animal* (12ª edição). Nova York: Worth / Freeman.

73 . (1999). Citado na *Time,* 20 de dezembro.

74 . Barker, R., Dembo, T., & Lewin, K. (1941). Frustração e agressão: um experimento com crianças pequenas. *University of Iowa Studies in Child Welfare, 18,* 1–314.

75 . Harris, M. (1974). Mediadores entre a frustração e a agressão em um experimento de campo. *Journal of Experimental and Social Psychology, 10,* 561–571.

76 . Kulik, J., & Brown, R. (1979). Frustração, atribuição de culpa e agressão. *Journal of Experimental and Social Psychology, 15,* 183–194.

77 . Brosnan, SF e de Waal, FBM (2014, 17 de outubro). Evolução das respostas à (in) justiça. *Science, 346,* 1251776-1-7.

78 . DeCelles, KA, & Norton, MI (2016). A desigualdade física e situacional em aviões prediz a raiva do ar. *Proceedings of the National Academy of Sciences* , *113* , 5588–5591.

79 . Payne, K. (2017). *A escada quebrada: como a desigualdade afeta a maneira como pensamos, vivemos e morremos* . Nova York: Penguin.

80 . de Tocqueville, A. (1981). *Democracia na América.* Westminster, MD: Random House.

81 . Mallick, S., & McCandless, B. (1966). Um estudo de catarse de agressão. *Journal of Personality and Social Psychology, 4,* 591–596.

82 . Johnson, TE, & Rule, BG (1986). Informações sobre circunstâncias atenuantes, censura e agressão. *Journal of Personality and Social Psychology, 50,* 537-542.

83 . Gill, MJ e Cerce, SC (2017). Ele nunca desejou ter a vontade que tem: narrativas historicistas, culpa “civilizada” e a necessidade de distinguir duas noções de livre arbítrio. *Journal of Personality and Social Psychology* , *112* , 361-382.

84 . Berkowitz, L. (1965). Alguns aspectos da agressão observada. *Journal of Personality and Social Psychology, 2,* 359-369.

85 . Berkowitz, L., & LePage, A. (1967). Armas como estímulos eliciadores de agressão. *Journal of Personality and Social Psychology, 7,* 202–207.

86 . Benjamin, AJ e Bushman, BJ (2017). O efeito das armas. *Current Opinion in Psychology, 19,* 93-97.

87 . Bushman, BJ, Kerwin, T., Whitlock, T., & Weisenberger, JM (2017). O efeito das armas nas rodas: os motoristas dirigem de forma mais agressiva quando há uma arma no veículo. *Journal of Experimental Social Psychology* , *73* , 82-85.

88 . Berkowitz, L. (2016). Pesquisa sobre agressão provocada automaticamente. Dentro. RJ Sternberg, ST Fiske, & DJ Foss (Eds.), *Scientists making a different: Cem eminentes cientistas comportamentais e do cérebro falam sobre suas contribuições mais importantes* (p. 332). Nova York: Cambridge University Press; Zimring, FE (2017). Armas de fogo e violência na lei americana. Em *Bridging the gap: Um relatório sobre bolsa de estudos e reforma da justiça criminal* (Erik Luna, Ed.). Artigo de Pesquisa de Direito Público da UC Berkeley No. 2939902.

89 . Zimbardo, P. (1969). A escolha humana: Individuação, razão e ordem versus desindividuação, impulso e caos. Em W. Arnold & D. Levine (Eds.), *Nebraska Symposium on Motivation, 17,* 237–307.

90 . Silvia, PJ e Duval, TS (2001). Teoria da autoconsciência objetiva: progresso recente e problemas duradouros. *Personality and Social Psychology Review* , *5* , 230–241.

91 . Mullen, B. (1986). Atrocidade em função da composição da turba de linchamento: uma perspectiva de auto-atenção. *Personality and Social Psychology Bulletin, 12,* 187–197.

92 . Postmes, T., & Spears, R. (1998). Desindividuação e comportamento antinormativo: uma meta-análise. *Psychological Bulletin, 123,* 238-259.

93 . Bandura, A., Ross, D., & Ross, S. (1961). Transmissão de agressão por imitação de modelos agressivos. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 63,* 575–582.

94 . Bushman, BJ, Jamieson, PE, Weitz, I., & Romer, D. (2013). Tendências da violência armada em filmes. *Pediatrics* , *132* , 1014–1018.

95 . Huesmann, LR, Dubow, EF, & Yang, G. (2013). Por que é difícil acreditar que a violência na mídia causa agressão. Em KE Dill (Ed.), *The Oxford handbook of media*

psychology (pp. 159-171). Oxford: Oxford University Press; Anderson, CA, Berkowitz, L., Donnerstein, E., Huesmann, LR, Johnson, JD, Linz, D., Malamuth, NM, & Wartella, E. (2003). A influência da violência na mídia sobre os jovens. *Psychological Science in the Public Interest, 4,* 81-110.

96 . Ferguson, Christopher J. (2007). O bom, o mau e o feio: uma revisão meta-analítica dos efeitos positivos e negativos dos videogames violentos. *Psychiatric Quarterly* , *78* , 309–316; Ferguson, C. (2009). Efeitos da violência na mídia: verdade confirmada ou apenas outro arquivo X? *Journal of Forensic Psychology Practice* , *9* , 103-126; Sherry, JL (2001). Os efeitos dos videogames violentos na agressão: uma meta-análise. *Human Communication Research, 27* , 409-431.

97 . Liebert, RM e Baron, RA (1972). Alguns efeitos imediatos da violência televisionada no comportamento das crianças. *Psicologia do Desenvolvimento, 6,* 469–475; Anderson, CA, Berkowitz, L., Donnerstein, E., Huesmann, LR, Johnson, JD, Linz, D., Malamuth, NM, & Wartella, E. (2003). A influência da violência na mídia sobre os jovens. *Psychological Science in the Public Interest, 4,* 81-110.

98 . Anderson, CA, Shibuya, A., Ihori, N., Swing, EL, Bushman, BJ, Sakamoto, A., Rothstein, HR, & Saleem, M. (2010). Efeitos violentos dos videogames na agressão, empatia e comportamento pró-social em países orientais e ocidentais: uma revisão meta-analítica. *Psychological Bulletin* , *136* , 151-173.

99 . Greitemeyer, T., & Mügge, DO (2014). Os videogames afetam os resultados sociais: uma revisão meta-analítica dos efeitos do jogo violento e pró-social. *Personality and Social Psychology Bulletin* , *40* , 578–589.

100 . Gentile, DA, Coyne, S., & Walsh, DA (2011). Violência na mídia, agressão física e agressão relacional em crianças em idade escolar: um estudo longitudinal de curto prazo. *Aggressive Behavior, 37,* 193–206.

101 . Crescioni, AW e Baumeister, RF (2009). Sozinho e agressivo: a exclusão social prejudica o autocontrole e a empatia e aumenta a cognição hostil e a agressão. Em M. Harris (Ed.), *Bullying, rejeição e vitimização de pares: Uma perspectiva da neurociência cognitiva social* (pp. 251-258). Nova York: Springer; Ferguson, CJ, & Kilburn, J. (2010). Muito barulho por nada: A estimativa errônea e a superinterpretação dos efeitos violentos dos videogames nas nações orientais e ocidentais: Comentário sobre Anderson et al. *Psychological Bulletin, 136,* 174-178.

102 . Ferguson, CJ (2013). Videogames violentos e a Suprema Corte: Lições para a comunidade científica na sequência de *Brown vs. Entertainment Merchants Association* . *American Psychologist* , *68* , 57–74; Ferguson, CJ (2014). Um caminho a seguir para a pesquisa sobre violência em videogames. *American Psychologist* , *69* , 307-309.

103 . Josephson, WD (1987). Violência na televisão e agressão infantil: testando o priming, o script social e a previsão de desinibição. *Journal of Personality and Social Psychology, 53,* 882-890.

104 . Anderson, CA, & Dill, KE (2000). Videogames e pensamentos, sentimentos e comportamentos agressivos no laboratório e na vida. *Journal of Personality and Social Psychology, 78,* 772-790.

105 . Cline, VB, Croft, RG e Courrier, S. (1973). Dessensibilização de crianças à violência na televisão. *Journal of Personality and Social Psychology, 27,* 360-365.

106 . Bushman, BJ e Anderson, CA (2009). Confortavelmente entorpecido: efeitos dessensibilizantes da mídia violenta em ajudar os outros. *Psychological Science, 20,* 273-277.

107 . Greitemeyer, T. (2014). Jogar videogames violentos aumenta o preconceito entre os grupos. *Personality and Social Psychology Bulletin* , *40* , 70-78.

108 . Gentile, DA, & Gentile, JR (2008). Os videogames violentos como professores exemplares: uma análise conceitual. *Journal of Youth and Adolescence, 9* , 127-141.

109 . Jamieson, PE, & Romer, D. (2014). Violência em dramas populares de TV do horário nobre dos EUA e o cultivo do medo: uma análise de série temporal. *Mídia e comunicação, 2,* 31-41.

110 . Anderson, CA, Berkowitz, L., Donnerstein, E., Huesmann, LR, Johnson, JD, Linz, D., Malamuth, NM, & Wartella, E. (2003). A influência da violência na mídia sobre os jovens. *Ciência psicológica no interesse público, 4* .

111 . King, M., & Woollett, E. (1997). Homens vítimas de violência sexual: 115 homens consultando um serviço de aconselhamento. *Archives of Sexual Behavior, 26,* 579–588; Stemple, L., & Meyer, IH (2014). A vitimização sexual dos homens na América: novos dados desafiam velhas suposições. *American Journal of Public Health* , *104* , e19 – e26.

112 . Malamuth, NM, Hald, G., & Koss, M. (2012). Pornografia, diferenças individuais de risco e aceitação dos homens da violência contra as mulheres em uma amostra representativa. *Sex Roles* , *66* , 427-439.

113 . Laumann, E. O, & Gagnon, JH (1995). Uma perspectiva sociológica da ação sexual. Em RG Parker & JH Gagnon (Eds.), *Conceiving sexuality: Approaches to sex research in a postmodern world.* Nova York: Routledge.

114 . Hust, SJT, Marett, EG, Ren, C., Adams, PM, Willoughby, JF, Lei, M., Ran, W., & Norman, C. (2014). Estabelecendo e aderindo ao consentimento sexual: A associação entre a leitura de revistas e a negociação do consentimento sexual de estudantes universitários. *Journal of Sex Research* , *51* , 280–290; La France, BH, Henningsen, DD, Oates, A., & Shaw, CM (2009). Interações sócio-sexuais? Meta-análises das diferenças sexuais nas percepções de flerte, sedução e promiscuidade. *Monografias de comunicação* , *76* , 263–285.

115 . Davis, D., & Loftus, EF (2003). O que é bom para o ganso confunde: Inconsistências entre a lei e a psicologia da intoxicação voluntária e da agressão sexual. Em WT O'Donohue & E. Levensky (Eds.), *Handbook of forensic psychology* (pp. 997–1032). Nova York, Elsevier Academic Press.

116 . Villalobos, JG, Davis, D., & Leo, RA (2015). A história dele, a história dela: falha de comunicação sexual, lembrança motivada e intoxicação como caminhos para um falso testemunho honesto sobre o consentimento sexual. Em R. Burnett (Ed.), *Vilified: Alegações ilícitas de abuso de pessoas.* Oxford: Oxford University Press.

117 . Clark, K. (1971). O pathos do poder: uma perspectiva psicológica. *American Psychologist, 26,* 1047–1057.

118 . King, RS, Mauer, M., & Young, MC (2005). *Encarceramento e crime: uma relação complexa* . Washington, DC: The Sentencing Project.

119 . Eichmann, C. (1966). *O impacto da decisão de Gideon sobre o crime e a condenação na Flórida.* Tallahassee, FL: Publicações da Divisão de Correções.

120 . DPIC. (2017). https://deathpenaltyinfo.org/deterrence-states-without-death-penalty-have-had-consistently-lower-murder-rates . Acessado em 16 de agosto de 2017; King, RS, Mauer, M., & Young, MC (2005). *Encarceramento e crime: uma relação complexa* . Washington, DC: The Sentencing Project.

121 . Durrant, J., & Ensom, R. (2012). Castigo físico de crianças: Lições de 20 anos de pesquisa. *Canadian Medical Association Journal, 184* , 1373–1377.

122 . Aronson, E., & Carlsmith, JM (1963). O efeito da gravidade da ameaça na desvalorização do comportamento proibido. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 66,* 584–588; Freedman, J. (1965). Efeitos comportamentais de longo prazo da dissonância cognitiva. *Journal of Experimental and Social Psychology, 1,* 145–155.

123 . Olweus, D. (1991). Problemas de intimidação / vítima entre crianças em idade escolar: fatos básicos e efeitos de um programa de intervenção na escola. Em D. Pepler & K. Rubin (Eds.), *O desenvolvimento e tratamento da agressão na infância* (pp. 411-448). Hillsdale, NJ: Erlbaum; Olweus, D., & Limber, SP (2010). Bullying na escola: Avaliação e divulgação do Programa de Prevenção do Bullying Olweus. *American Journal of Orthopsychiatry* , *80* , 124–134; Ttofi, MM, & Farrington, DP (2011). Eficácia dos programas escolares para reduzir o bullying: uma revisão sistemática e meta-analítica. *Journal of Experimental Criminology* , *7* , 27-56.

124 . Bandura, A., Ross, D., & Ross, S. (1963). Imitação de modelos agressivos mediados por filme. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 66,* 3-11.

125 . Brown, P., & Elliot, R. (1965). Controle da agressão em uma turma de creche. *Journal of Experimental Child Psychology, 2,* 103-107.

126 . Davitz, J. (1952). Os efeitos do treinamento anterior no comportamento pós-frustração. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 47,* 309-315.

127 . Baron, RA e Kepner, CR (1970). Comportamento do modelo e atração pelo modelo como determinantes do comportamento agressivo do adulto. *Journal of Personality and Social Psychology, 14,* 335-344.

128 . Baron, RA (1976). A redução da agressão humana: Um estudo de campo da influência de reações incompatíveis. *Journal of Applied Social Psychology, 6,* 260-274.

129 . Feshbach, N., & Feshbach, S. (1969). A relação entre empatia e agressão em duas faixas etárias. *Developmental Psychology, 1,* 102-107.

130 . Feshbach, N. (1989). Treinamento de empatia e comportamento pró-social. Em J. Groebel & RA Hinde (Eds.), *Agressão e guerra: suas bases biológicas e sociais* (pp. 101-111). Nova York: Cambridge University Press; Feshbach, ND, & Feshbach, S. (2009).

Empatia e educação. Em J. Decety & W. Ickes (Eds.), *The social neuroscience of empathy* (pp. 85-97). Cambridge, MA: MIT Press.

131 . Hammock, GS e Richardson, DR (1992). Agressão como uma resposta ao conflito. *Journal of Applied Social Psychology, 22,* 298–311.

132 . Obuchi, K., Ohno, T., & Mukai, H. (1993) Empatia e agressão: Efeitos da auto-revelação e apelo com medo. *Journal of Social Psychology, 133,* 243-253.

133 . Aknin, LB, Barrington-Leigh, CP, Dunn, EW, Helliwell, JF, Burns, J., Biswas-Diener, R., Kemeza, I., Nyende, P., Ashton-James, CE, e Norton, MI (2013). Gastos pró-sociais e bem-estar: evidências transculturais de um universal psicológico. *Journal of Personality and Social Psychology* , *104* , 635–652; Dunn, EW, Aknin, LB e Norton, MI (2008). Gastar dinheiro com os outros promove a felicidade. *Science* , *319* , 1687-1688.

134 . Jazaieri, H., Lee, IA, McGonigal, K., Jinpa, T., Doty, JR, Gross, JJ, & Goldin, PR (2016). Uma mente errante é uma mente menos cuidadosa: Amostragem de experiências diárias durante o treinamento de meditação de compaixão. *Journal of Positive Psychology* , *11* , 37–50; Mrazek, MD, Phillips, DT, Franklin, MS, Broadway, JM, & Schooler, JW (2013). Jovem e inquieto: A validação do Questionário de Vagabundagem da Mente (MWQ) revela o impacto perturbador da vagabundagem para os jovens. *Frontiers in Psychology* , *4,* 560; Killingsworth, MA, & Gilbert, DT (2010). Uma mente errante é uma mente infeliz. *Science* , *330* , 932–932.

135 . Milani, A., Nikmanesh, Z., & Farnam, A. (2013). Eficácia da terapia cognitiva baseada em atenção plena (MBCT) na redução da agressão de indivíduos no centro de correção e reabilitação juvenil. *International Journal of High Risk Behaviors & Addiction* , *2* , 126–131; Long, EC, & Christian, MS (2015). Mindfulness amortece respostas retaliatórias à injustiça: uma abordagem regulatória. *Journal of Applied Psychology* , *100* , 1409–1422; Fix, RL, & Fix, ST (2013). Os efeitos dos tratamentos baseados na atenção plena para a agressão: uma revisão crítica. *Aggression and Violent Behavior* , *18* , 219-227.

136 . Nidich, SI, Rainforth, MV, Haaga, DA, Hagelin, J., Salerno, JW, Travis, F., Tanner, M., Gaylord-King, C., Grosswald, S., & Schneider, RH (2009) . Um ensaio clínico randomizado e controlado sobre os efeitos do programa de Meditação Transcendental na pressão arterial, sofrimento psicológico e enfrentamento em jovens adultos. *American Journal of Hypertension* , *22* , 1326–1331.

137 . Sedlmeier, P., Eberth, J., Schwarz, M., Zimmermann, D., Haarig, F., Jaeger, S., & Kunze, S. (2012). Os efeitos psicológicos da meditação: uma meta-análise. *Psychological Bulletin* , *138* , 1139.

138 . Lorenz, K. (1966). *Sobre agressão* (M. Wilson, Trans.). Nova York: Harcourt, Brace & World.

139 . Montagu, A. (1950). *Em ser humano.* Nova York: Hawthorne Books.

140 . Kropotkin, P. (1902). *Ajuda mutua.* Nova York: Doubleday.

141 . Hölldobler, B., & Wilson, EO (2009). *O superorganismo: a beleza, elegância e estranheza das sociedades de insetos* . WW Norton & Company.

142 . Mason, LE (2017). O significado da democracia e da educação de Dewey para a educação do século 21. *Education and Culture* , *33* , 41-57.

143 . Eiseley, L. (1946). *A imensa jornada* . Nova York: Random House.

Capítulo 7 Preconceito

1 . Williams, J. (2011). *Thurgood Marshall: revolucionário americano* . Nova York: Three Rivers Press.

2 . American National Election Studies (2016). Resultados da pesquisa nacional. http://www.electionstudies.org . Acessado em 24 de agosto de 2017.

3 . Liptak, A. (2013). A Suprema Corte invalida parte fundamental da lei de direitos de voto. *New York Times* , 25 de junho. Http://www.nytimes.com/2013/06/26/us/supreme-court-ruling.html?mcubz=0 . Acessado em 24 de agosto de 2017.

4 . Parrillo, VN, & Donoghue, C. (2013). O estudo nacional de distância social: dez anos depois. In *Sociological Forum, 28,* 597-614.

5 . Stephens-Davidowitz, S. (2014). Os dados do ódio. *New York Times* , 12 de julho.

6 . Gerges, FA (2014). ISIS e a terceira onda de Jihadismo. *Current History* , *113* , 339; Cheterian, V. (2015). ISIS e os campos de morte do Oriente Médio. *Survival* , *57* , 105-118.

7 . Obama no N-Word: Podcast WTF com Marc Maron # 613. 22 de junho de 2015.

8 . Trump, D. (2015). Debate republicano: análise e destaques. *New York Times* , 6 de agosto. Https://www.nytimes.com/live/republican-debate-election.../trump-on-political-correctness/? . Acessado em 24 de agosto de 2017.

9 . Wang, A. (2017). Anfitrião do Airbnb que perdeu o hóspede devido à raça e recebeu o pedido de aulas de estudos asiático-americanos. *Washington Post* , 14 de julho. Https://www.washingtonpost.com/news/business/wp/2017/07/14/airbnb-host-who-stranded-guest-because-of-race-ordered-to-take- class-in-asian-american-studies /? utm_term = .50278a1198b8 . Acessado em 24 de agosto de 2017.

10 . Stolberg, SG, & Dickerson, C. (2017). O laço do carrasco, símbolo do animus racial, continua surgindo. *New York Times* , 5 de julho. Https://www.nytimes.com/2017/07/05/us/nooses-hate-crimes-philadelphia-mint.html?emc=eta1 . Acessado em 24 de agosto de 2017.

11 . Wang, AB (2017). “Ato final de bravura”: Homens que foram fatalmente esfaqueados tentando impedir os protestos anti-muçulmanos identificados. *Washington Post* , 27 de maio. Https://www.washingtonpost.com/news/post-nation/wp/2017/05/27/man-fatally-stabs-2-on-portland-ore-train-after-they- interrupted-his-anti-muslim-rants-police-say /? utm_term = .01835f7c26c9 . Acessado em 24 de agosto de 2017.

12 . Cikara, M., & Van Bavel, JJ (2014). A neurociência das relações intergrupais: uma revisão integrativa. *Perspectives on Psychological Science* , *9* , 245-274.

13 . Anzures, G., Quinn, PC, Pascalis, O., Slater, AM, Tanaka, JW, & Lee, K. (2013). Origens do desenvolvimento do efeito de outra raça. *Current Directions in Psychological Science* , *22* , 173-178.

14 . Lippmann, W. (1922) *Opinião pública* . Nova York: MacMillan Co.

15 . Bodenhausen, GV (1990). Estereótipos como heurísticas de julgamento: Evidência de variações circadianas na discriminação. *Psychological Science* , *1* , 319-322.

16 . Jussim, L. (2017). Precisão, preconceito, profecias autorrealizáveis e autocorreção científica. *Behavioral and Brain Sciences* , *40* , e18; Jussim, L., Crawford, JT, & Rubinstein, RS (2015). Estereótipo (in) precisão nas percepções de grupos e indivíduos. *Current Directions in Psychological Science* , *24* , 490-497.

17 . Jussim, L., Crawford, JT, Anglin, SM, Chambers, JR, Stevens, ST, & Cohen, F. (2016). Precisão do estereótipo: um dos maiores e mais replicáveis efeitos em toda a psicologia social. Em T. Nelson (Ed.) *, Manual de preconceito, estereotipagem e discriminação* , 2ª edição (pp. 31–63). Nova York: Psychology Press.

18 . Nisbett, RE, Aronson, J., Blair, C., Dickens, W., Flynn, J., Halpern, DF, & Turkheimer, E. (2012). Inteligência: novas descobertas e desenvolvimentos teóricos. *American Psychologist* , 67,130-159.

19 . Feagin, JR (2017). *Mito da minoria modelo: asiático-americanos enfrentando o racismo* . Nova York: Routledge.

20 . Fiske, ST, & Neuberg, SL (1990). Um continuum de formação de impressões, desde processos baseados em categorias até processos individualizantes: Influências de informação e motivação na atenção e interpretação. *Advances in Experimental Social Psychology* , *23* , 1-74.

21 . Stone, J., Perry, W., & Darley, JM (1997). “Homens brancos não podem pular”: evidências para a confirmação perceptual de estereótipos raciais após um jogo de basquete. *Basic and Applied Social Psychology* , *19* , 291–306.

22 . Duncan, B. (1976). Percepção social diferencial e atribuição da violência intergrupal: Testando os limites inferiores da estereotipagem dos negros. *Journal of Personality and Social Psychology, 34,* 590–598.

23 . Kite, ME, Deaux, K., & Haines, EL (2008). Estereótipos de gênero. Em FL Denmark & MA Paludi (Eds.), *Psychology of women: A handbook of* Issues *and theories* , 2ª edição (pp. 205–236). Westport, CT: Praeger Publishers.

24 . Haines, EL, Deaux, K., & Lofaro, N. (2016). Os tempos estão mudando ... ou não? Uma comparação de estereótipos de gênero, 1983–2014. *Psychology of Women Quarterly* , *40* , 353-363.

25 . Fine, C. (2010). *Delírios de gênero: como nossas mentes, sociedade e neurossexismo criam diferença* . Nova York: WW Norton.

26 . Mehl, MR, Vazire, S., Ramírez-Esparza, N., Slatcher, RB, & Pennebaker, JW (2007). As mulheres são realmente mais falantes do que os homens? *Science* , *317* , 82.

27 . Glick, P., & Fiske, ST (2001). Uma aliança ambivalente: sexismo hostil e benevolente como justificativas complementares para a desigualdade de gênero. *American Psychologist* , *56* , 109; Becker, JC, & Wright, SC (2011). Mais um lado negro do cavalheirismo: o sexismo benevolente solapa e o sexismo hostil motiva a ação coletiva para a mudança social. *Journal of Personality and Social Psychology* , *101* , 62-77.

28 . Christopher, AN, & Wojda, MR (2008). Orientação de dominação social, autoritarismo de direita, sexismo e preconceito em relação às mulheres na força de trabalho. *Psychology of Women Quarterly* , *32* , 65-73.

29 . Jung, K., Shavitt, S., Viswanathan, M., & Hilbe, JM (2014). Furacões femininos são mais mortíferos do que furacões masculinos. *Proceedings of the National Academy of Sciences* , *111* , 8782-8787.

30 . Allport, GW (1954/1979). *A natureza do preconceito* . Nova York: Basic Books.

31 . Holmes, OW (1831). O autocrata da mesa do café da manhã. *New-England Magazine* , *1* , 431.

32 . Cohen, F., Jussim, L., Harber, KD, & Bhasin, G. (2009). Antissemitismo moderno e atitudes anti-israelenses. *Journal of Personality and Social Psychology* , *97* , 290-306.

33 . Crandall, CS, Bahns, AJ, Warner, R., & Schaller, M. (2011). Estereótipos como justificativas de preconceito. *Personality and Social Psychology Bulletin* , *37* , 1488–1498.

34 . Harris, LT e Fiske, ST (2006). Desumanizando o mais baixo do baixo: respostas de neuroimagem a grupos extremos. *Psychological Science* , *17* , 847-853.

35 . Stanley, D., Phelps, E., & Banaji, M. (2008). A base neural das atitudes implícitas. *Current Directions in Psychological Science* , *17* , 164-170.

36 . Phelps, EA, O'Connor, KJ, Cunningham, WA, Funayama, ES, Gatenby, JC, Gore, JC, & Banaji, MR (2000). O desempenho em medidas indiretas de avaliação de raça prediz a ativação da amígdala. *Journal of Cognitive Neuroscience* , *12* , 729-738.

37 . Wheeler, ME, & Fiske, ST (2005). Controlando o preconceito racial: os objetivos sócio-cognitivos afetam a amígdala e a ativação do estereótipo. *Psychological Science, 16,* 56-63.

38 . Flegal, KM, Kruszon-Moran, D., Carroll, MD, Fryar, CD, & Ogden, CL (2016). Tendências em obesidade entre adultos nos Estados Unidos, 2005 a 2014. *Journal of the American Medical Association, 315* , 2284–2291.

39 . Miller Jr., DP, Spangler, JG, Vitolins, MZ, Davis, MSW, Ip, EH, Marion, GS, & Crandall, SJ (2013). Os estudantes de medicina estão cientes de seu viés anti-obesidade? *Academic Medicine* , *88* , 978–982; Lydecker, JA, O'Brien, E., & Grilo, C. (2017). Atitudes implícitas e explícitas dos pais em relação à obesidade infantil. *Journal of Adolescent Health* , *60* , S11 – S12; Randall, JG, Zimmer, CU, O'Brien, KR, Trump-Steele, RC, Villado, AJ, & Hebl, MR (2017). Discriminação de peso no comportamento de ajuda. *Revue Européenne de Psychologie Appliquée / European Review of Applied Psychology* , *67* , 125–137.

40 . Centers for Disease Control (2016). Saúde de lésbicas, gays, bissexuais e transgêneros. https://www.cdc.gov/lgbthealth/youth.htm . Acessado em 24 de agosto de 2017.

41 . Departamento de Educação dos EUA, Escritório de Direitos Civis. (2016). Coleta de dados de direitos civis de 2013–2014: Principais dados destacados sobre eqüidade e lacunas de oportunidade nas escolas públicas de nosso país. http://www2.ed.gov/about/offices/list/ocr/docs/crdc-2013-14.html . Acessado em 24 de agosto de 2017.

42 . Skiba, RJ, Michael R., Nardo A., & Peterson R. (2002). A cor da disciplina: Fontes de desproporcionalidade racial e de gênero na punição escolar. *The Urban Review, 34,* 317–342; Skiba, RJ, Arredondo, MI, Gray, C., & Rausch, MK (2016). O que sabemos sobre disparidades disciplinares? Pesquisas novas e emergentes. Em RJ Skiba & K. Mediratta (Eds.), *Desigualdade na disciplina escolar* (pp. 21-38). Nova York: Palgrave Macmillan US; Rausch, MK e Skiba, RJ (2017). A necessidade de intervenções sistêmicas. In EC Lopez, SG Nahari, & SL Proctor (Eds.), *Manual de psicologia escolar multicultural: Uma perspectiva interdisciplinar* , 2ª edição. NY: Routledge; Okonofua, JA, Walton, GM, & Eberhardt, JA (2016). Um ciclo vicioso: um relato sócio-psicológico de disparidades raciais extremas na disciplina escolar. *Perspectives on Psychological Science, 11* , 381-398.

43 . Gilliam, WS, Maupin, AN, Reyes, CR, Accavitti, M., & Shic, F. (2016). Os preconceitos implícitos dos primeiros educadores em relação ao sexo e raça estão relacionados às expectativas de comportamento e recomendações de expulsões e suspensões na pré-escola? Resumo do estudo de pesquisa. Yale University, Yale Child Study Center. New Haven, CT.

44 . Bjerk, D. (2017). Mínimos obrigatórios e a condenação de crimes federais por drogas. *Journal of Legal Studies* , *46* , 93-128.

45 . Mitchell, O., & Caudy, MS (2015). Examinando disparidades raciais nas prisões por drogas. *Justice Quarterly* , *32* , 288-313.

46 . Alexander, M. (2012). *O novo Jim Crow: encarceramento em massa na era do daltonismo* . Nova York: New Press.

47 . Fryer Jr., RG (2016). *Uma análise empírica das diferenças raciais no uso da força pela polícia* (nº w22399). Escritório Nacional de Pesquisa Econômica; Buehler, JW (2017). Disparidades raciais / étnicas no uso de força letal pela Polícia dos EUA, 2010–2014. *Journal Information* , *107* (2).

48 . Lavergne, M., & Mullainathan, S. (2004). Emily e Greg são mais empregáveis do que Lakisha e Jamal? Um experimento de campo sobre discriminação no mercado de trabalho. *American Economic Review* , *94* , 991–1013.

49 . Pager, D. (2003). A marca de um registro criminal. *American Journal of Sociology* , *108,* 937–975; Sugie, NF (2017). Questões de antecedentes criminais, discriminação estatística e equidade na era “Ban the Box”. *Criminology & Public Policy* , *16* , 167-175.

50 . David, A., & Melanie, W. (2013). Filhos rebeldes: a disparidade de gênero emergente nos mercados de trabalho e na educação. http://www.thirdway.org/report/wayward-sons-

the-emerging-gender-gap-in-labor-markets-and-education . Acessado em 24 de agosto de 2016.

51 . Joshi, A., Son J., & Roh, H. (2015). Quando as mulheres podem fechar a lacuna? Um teste meta-analítico de diferenças de sexo em desempenho e recompensas. *Academy of Management Journal, 58,* 1516–1545.

52 . Webber, KL, & Canché, MG (2015). Diferente para todos: diferenças de gênero e raça no salário de doutorandos. *Research on Higher Education, 56* , 645-672.

53 . Goldin, C., & Rouse, C. (2000). Orquestrando a imparcialidade: O impacto das audições “cegas” nas músicas. *American Economic Review* , *90* , 715–741.

54 . Greenwald, AG, McGhee, DE, & Schwartz, JLK (1998). Medindo as diferenças individuais na cognição implícita: o teste de associação implícita. *Journal of Personality and Social Psychology, 74,* 1464-1480.

55 . Nosek, BA, Greenwald, AG, & Banaji, MR (2007). O Teste de Associação Implícita em 7: Uma revisão metodológica e conceitual. Em JA Bargh (Ed.), *Psicologia social e o inconsciente.* Nova York: Psychology Press; Miller Jr., DP, Spangler, JG, Vitolins, MZ, Davis, SW, Ip, EH, et al. (2013). Os estudantes de medicina estão cientes de seu viés anti-obesidade? *Academic Medicine, 88* , 978–982.

56 . Banaji, MR, & Greenwald, AG (2013). *Ponto cego: preconceitos ocultos de pessoas boas* . Nova York: Delacorte.

57 . Kinoshita, S., & Peek-O'Leary, M. (2005). O efeito de compatibilidade no Teste de Associação Implícita de corrida reflete familiaridade ou afeto? *Psychonomic Bulletin & Review, 12* , 442–452; Rothermund, K., & Wentura, D. (2004). Processos subjacentes no teste de associação implícita: dissociando saliência de associações. *Journal of Experimental Psychology: General, 133,* 139-165.

58 . Arkes, H., & Tetlock, P. (2004). Atribuições de preconceito implícito ou "Será que Jesse Jackson 'falharia' no Teste de Associação Implícita?" *Psychological Inquiry* , *15* , 257–278; Olson, MA e Fazio, RH (2004). Reduzindo a influência de associações extrapessoais no teste de associação implícita: Personalizando o IAT. *Journal of Personality and Social Psychology, 86* , 653-667.

59 . Stanley, DA, Sokol-Hessner, P., Banaji, MR, & Phelps, EA (2011). Atitudes raciais implícitas predizem julgamentos de confiabilidade e decisões econômicas de confiança. *PNAS, 108,* 7710–7715.

60 . Cooper, LA, Roter, DL, Carson, KA, Beach, MC, Sabin, JA, Greenwald, AG, & Inui, TS (2012). As associações das atitudes implícitas dos médicos sobre raça com a comunicação da visita médica e as avaliações do paciente quanto ao atendimento interpessoal. *American Journal of Public Health* , *102* , 979–987.

61 . De Houwer, J., Teige-Mocigemba, S., Spruyt, A., & Moors, A. (2009). Medidas implícitas: uma análise e revisão normativa. *Psychological Bulletin* , *135* , 347-368.

62 . Hahn, A., Judd, CM, Hirsh, HK, & Blair, IV (2014). Conscientização das atitudes implícitas. *Journal of Experimental Psychology: General* , *143* , 1369–1392.

63 . Dovidio, JF, Gaertner, SL, & Pearson, AR (2016). Racismo entre os bem-intencionados: preconceito sem consciência. In AG Miller (Ed.), *A psicologia social do bem e do mal,* 2ª edição. Nova York: Guilford Press.

64 . Rogers, RW e Prentice-Dunn, S. (1981). Desindividuação e agressão inter-racial mediada pela raiva: Desmascarando o racismo regressivo. *Journal of Personality and Social Psychology, 41,* 63-73.

65 . Fein, S., & Spencer, SJ (1997). Preconceito como manutenção da autoimagem: Afirmar a si mesmo por meio de depreciação dos outros. *Journal of Personality and Social Psychology, 73,* 31–44; Maass, A., Cadinu, M., Guarnieri, G., & Grasselli, A. (2003). Assédio sexual sob ameaça de identidade social: o paradigma do assédio por computador. *Journal of Personality and Social Psychology, 85,* 853–870; Meindl, JR e Lerner, MJ (1985). Exacerbação de respostas extremas a um grupo externo. *Journal of Personality and Social Psychology, 47,* 71-84.

66 . Crandall, C., & Eshelman, A. (2003). Um modelo de justificação-supressão da expressão e vivência do preconceito. *Psychological Bulletin, 129 (3),* 414–446.

67 . Frey, DL e Gaertner, SI (1986). Ajudar e evitar o comportamento inter-racial impróprio: Uma estratégia que perpetua uma autoimagem sem preconceitos. *Journal of Personality and Social Psychology, 50,* 1035–1090.

68 . King, EB, Shapiro, JR, Hebl, MR, Singletary, SL, & Turner, S. (2006). O estigma da obesidade no atendimento ao cliente: Um mecanismo para remediação e consequências financeiras da discriminação interpessoal. *Journal of Applied Psychology* , *91* , 579–593.

69 . Citações de Edwards e Crocker em Jacobs, P., & Landau, S. (1971). *Para servir ao diabo* (Vol. 2, pp. 71 e 81). Nova York: Vintage Books.

70 . Greeley, A., & Sheatsley, P. (1971). A aceitação da dessegregação continua a avançar. *Scientific American, 225,* 13-19; Vanneman, RD e Pettigrew, TF (1972). Raça e privação relativa nas áreas urbanas dos Estados Unidos. *Race, 13,* 461-486.

71 . Sherif, M., Harvey, OJ, White, BJ, et al. (1961). *Conflito e cooperação entre grupos: a experiência da Caverna dos Ladrões.* Norman: Instituto de Relações Intergrupais da University of Oklahoma.

72 . Miller, N., & Bugelski, R. (1948). Estudos menores sobre agressão: A influência das frustrações impostas pelo grupo interno nas atitudes expressas pelo grupo externo. *Journal of Psychology, 25,* 437–442.

73 . Staub, E. (1996). Raízes da violência cultural-social: Os exemplos de violência genocida e da violência juvenil contemporânea nos Estados Unidos. *American Psychologist, 51,* 117-132.

74 . Lowenthal, L., & Guterman, N. (1949). *Profetas do engano: Um estudo das técnicas do agitador americano.* Nova York: Harper and Brothers. Citado em G. Allport, *A natureza do preconceito* . Leitura, MA: Addison-Wesley.

75 . Choma, BL, & Hanoch, Y. (2017). Habilidade cognitiva e autoritarismo: compreensão do suporte para Trump e Clinton. *Personality and Individual Differences* , *106* , 287-291.

76 . Minard, RD (1952). Relações raciais na jazida de carvão de Pocahontas. *Journal of Social Issues, 8,* 29–44.

77 . Watson, J. (1950). Algumas situações sociais e psicológicas relacionadas à mudança de atitude. *Relações Humanas, 3,* 15-56.

78 . Kirkland, SL, Greenberg, J., & Pyszczynski, T. (1987). Outras evidências dos efeitos deletérios de rótulos étnicos depreciativos ouvidos: Derrogação além da meta. *Personality and Social Psychology Bulletin, 13,* 216-227.

79 . Eccles, JS, Jacobs, JE e Harold, RD (1990). Estereótipos de papéis de gênero, efeitos de expectativa e socialização dos pais em relação às diferenças de gênero. *Journal of Social Issues* , *46* , 183–201.

80 . Harber, KD (1998). Feedback para as minorias: evidência de um viés positivo. *Journal of Personality and Social Psychology* , *74* , 622-628; Harber, KD (2018). O viés de feedback positivo. Em J. Aronson e E. Aronson (Eds.), *Leituras sobre o animal social,* 12ª edição. Nova York: Worth / Freeman.

81 . Turner, ME, & Pratkanis, AR (1994). Ação afirmativa como ajuda: uma revisão das reações do destinatário à seleção preferencial e à ação afirmativa. *Basic and Applied Social Psychology* , *15* , 43-69.

82 . Steele, CM, & Aronson, J. (1995). Ameaça do estereótipo e o desempenho do teste intelectual de afro-americanos. *Journal of Personality and Social Psychology* , *69* , 797–811.

83 . Steele, CM, Spencer, SJ, & Aronson, J. (2002). Lutando com a imagem de grupo: a psicologia do estereótipo e da ameaça da identidade social. *Advances in Experimental Social Psychology* , *34* , 379-440.

84 . Spencer, SJ, Steele, CM, & Quinn, DM (1999). Ameaça de estereótipo e desempenho matemático das mulheres. *Journal of Experimental Social Psychology* , *35* , 4-28; Schmader, T., Johns, M., & Forbes, C. (2008). Um modelo de processo integrado de efeitos de ameaça de estereótipo no desempenho. *Psychological Review* , *115* , 336-356; Nguyen, HH, & Ryan, AM (2008). A ameaça do estereótipo afeta o desempenho do teste de minorias e mulheres? Uma meta-análise de evidências experimentais. *Journal of Applied Psychology, 93,* 1314–1334; Gonzales, PM, Blanton, H., & Williams, KJ (2002). Os efeitos da ameaça de estereótipo e status de dupla minoria no desempenho de teste de mulheres latinas. *Personality and Social Psychology Bulletin* , *28* , 659–670; Chu, H., & Brown, CS (2017). Ameaça de estereótipo entre crianças latinas em idade escolar. *Jornal Internacional de Ciências Sociais e Humanidade* , *7* , 278–281; Hess, TM, Auman, C., Colcombe, SJ, & Rahhal, TA (2003). O impacto da ameaça do estereótipo nas diferenças de idade no desempenho da memória. *The Journals of Gerontology Series B: Psychological Sciences and Social Sciences* , *58* , 3-11; Spencer, SJ, Logel, C., & Davies, PG (2016). Ameaça de estereótipo. *Annual Review of Psychology* , *67* , 415–437; Taylor, VJ, & Walton, GM (2011). A ameaça do estereótipo prejudica o aprendizado acadêmico. *Personality and Social Psychology Bulletin* , *37* , 1055–1067.

85 . Aronson, J., Lustina, MJ, Good, C., Keough, K., Steele, CM, & Brown, J. (1999). Quando os homens brancos não sabem fazer matemática: fatores necessários e

suficientes na ameaça do estereótipo. *Journal of Experimental Social Psychology* , *35* , 29-46.

86 . McGlone, MS, & Aronson, J. (2006). Ameaça de estereótipo, relevância de identidade e raciocínio espacial. *Journal of Applied Developmental Psychology* , *27* , 486-493.

87 . Herrmann, SD, Adelman, RM, Bodford, JE, Graudejus, O., Okun, MA, & Kwan, VS (2016). Os efeitos de um modelo feminino no desempenho acadêmico e na persistência das mulheres nos cursos STEM. *Basic and Applied Social Psychology* , *38* , 258–268; Stout, JG, Dasgupta, N., Hunsinger, M., & McManus, MA (2011). STEM-maré: Usando especialistas do grupo para inocular o autoconceito das mulheres em ciência, tecnologia, engenharia e matemática (STEM). *Journal of Personality and Social Psychology, 100* , 255–270; Martens, A., Johns, M., Greenberg, J., & Schimel, J. (2006). Combatendo a ameaça do estereótipo: o efeito da auto-afirmação no desempenho intelectual das mulheres. *Journal of Experimental Social Psychology* , *42* , 236-243.

88 . Good, C., Aronson, J., & Inzlicht, M. (2003). Melhorando o desempenho do teste padronizado dos adolescentes: Uma intervenção para reduzir os efeitos da ameaça do estereótipo. *Journal of Applied Developmental Psychology* , *24* , 645-662.

89 . Walton, GM, Cohen, GL, Cwir, D., & Spencer, SJ (2012). Mero pertencimento: o poder das conexões sociais. *Journal of Personality and Social Psychology* , *102* , 513–532; Walton, GM, & Cohen, GL (2011). Uma breve intervenção de pertencimento social melhora os resultados acadêmicos e de saúde de alunos pertencentes a minorias. *Science* , *331* , 1447-1451.

90 . Martens, A., Johns, M., Greenberg, J., & Schimel, J. (2006). Combatendo a ameaça do estereótipo: o efeito da auto-afirmação no desempenho intelectual das mulheres. *Journal of Experimental Social Psychology* , *42* , 236-243.

91 . Cohen, GL, Garcia, J., Purdie-Vaughns, V., Apfel, N., & Brzustoski, P. (2009). Processos recursivos em auto-afirmação: Intervir para fechar a lacuna de realização da minoria. *Science* , *324* , 400–403; Hanselman, P., Bruch, SK, Gamoran, A., & Borman, GD (2014). Ameaça no contexto: moderação escolar do impacto da ameaça da identidade social nas lacunas de desempenho racial / étnico. *Sociology of Education* , *87* , 106-124.

92 . Lerner, MJ (1980). *A crença em um mundo justo: uma ilusão fundamental.* Nova York: Plenum.

93 . Furnham, A., & Gunter, B. (1984). Apenas crenças e atitudes mundiais em relação aos pobres. *British Journal of Social Psychology* , *23* , 265-269.

94 . Paluck, EL, & Green, DP (2009). Redução de preconceito: o que funciona? Uma revisão e avaliação da pesquisa e prática. *Annual Review of Psychology* , *60* , 339-367.

95 . Deutsch, M. e Collins, ME (1951). *Habitação inter-racial: uma avaliação psicológica de um experimento social.* Minneapolis: University of Minnesota Press; Wilner, D., Wallcley, R., & Cook, S. (1955). *Relações humanas na habitação inter-racial* . Minneapolis: University of Minnesota Press.

96 . Herek, GM e Capitanio, JP (1996). “Alguns dos meus melhores amigos”: contato entre grupos, estigma ocultável e atitudes de heterossexuais em relação a gays e

lésbicas. *Personality and Social Psychology Bulletin, 22,* 412–424; Pettigrew, Thomas T., & Tropp, Linda R. (2006). Um teste meta-analítico da teoria do contato intergrupal. *Journal of Personality and Social Psychology, 90,* 751–783; Wilner, Daniel, Walkley, Rosabelle e Cook, Stuart (1955). *Relações humanas na habitação inter-racial.* Minneapolis: University of Minnesota Press.

97 . Van Laar, C., Levin, S., & Sidanius, J. (2008). Contato interno e externo: um estudo longitudinal dos efeitos de amizades étnicas cruzadas, encontros, relacionamentos com colegas de quarto e participação em organizações segregadas. Em U. Wagner, LR Tropp, G. Finchilescu, & C. Tredoux (Eds.), *Melhorando as relações intergrupais: Construindo sobre o legado de Thomas F. Pettigrew.* Malden: Blackwell.

98 . Sidanius, J., Van Laar, C., Levin, S., & Sinclair, S. (2004). Enclaves étnicos e a dinâmica da identidade social no campus universitário: o bom, o mau e o feio. *Journal of Personality and Social Psychology* , *87* , 96-110.

99 . Mendoza-Denton, R., & Page-Gould, E. (2008). As amizades entre grupos podem influenciar o bem-estar dos alunos de minorias em universidades historicamente brancas? *Psychological Science* , *19* , 933–993.

100 . Saguy, T., Tausch, N., Dovidio, JF, Pratto, F. & Singh, P. (2010). Tensão e harmonia nas relações intergrupais. Em M. Mikulincer & P. Shaver (Eds.), *Compreendendo e reduzindo a agressão, a violência e suas consequências.* Washington, DC: American Psychological Association.

101 . Stephan, WG (1978). Desagregação escolar: uma avaliação das previsões feitas em *Brown v. The Board of Education* . *Psychological Bulletin, 85,* 217-238; Stephan, WG (1985). Relações intergrupais. Em G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology,* 3rd edition (pp. 599–658). Nova York: McGraw-Hill.

102 . Sherif, M. (1958). Metas superordenadas na redução de conflitos intergrupais. *American Journal of Sociology, 63,* 349-356.

103 . Deutsch, M. (1949). Uma teoria de cooperação e competição. *Relações Humanas, 2,* 129-152; Deutsch, M. (1949). Um estudo experimental dos efeitos da cooperação e competição no processo de grupo. *Relações Humanas, 2,* 199-232

104 . Keenan, P., & Carnevale, P. (1989). Efeitos positivos da competição dentro do grupo na negociação entre os grupos. *Journal of Applied Social Psychology, 19,* 977–992.

105 . Aronson, E., Stephan, C., Sikes, J., Blaney, N., & Snapp, M. (1978). *A sala de aula quebra-cabeça.* Beverly Hills, CA: Sage; Aronson, E., & Osherow, N. (1980). Cooperação, comportamento pró-social e desempenho acadêmico: Experimentos na sala de aula dessegregada. Em L. Bickman (Ed.), *Anual de psicologia social aplicada* (Vol. 1, pp. 163-196). Beverly Hills, CA: Sage; Aronson, E. (1992). Stateways podem mudar folkways. Em R. Baird & S. Rosenbaum (Eds.), *Bigotry, preconceito e ódio: Definições, causas e soluções* (pp. 111-124). Buffalo, NY: Prometheus Books; Aronson, E., & Gonzalez, A. (1988). Desagregação, quebra-cabeças e a experiência mexicano-americana. Em P. Katz e D. Taylor (Eds.), *Eliminating racism.* Nova York: Plenum; Aronson, E., & Thibodeau, R. (1992). A sala de aula quebra-cabeça: Uma estratégia cooperativa para reduzir o preconceito. Em J. Lynch, C. Modgil e S. Modgil (Eds.), *Diversidade cultural nas escolas.*

Londres: Falmer Press; Aronson, E., & Patnoe, S. (2011). *Cooperação em sala de aula: O método do quebra-cabeças,* 2ª edição. Londres, Inglaterra: Pinter & Martin; Jigsaw Classroom. https://www.jigsaw.org . Acessado em 24 de agosto de 2017.

106 . Aronson, E., & Osherow, N. (1980). Cooperação, comportamento pró-social e desempenho acadêmico: Experimentos na sala de aula dessegregada. Em L. Bickman (Ed.), *Anual de psicologia social aplicada* (Vol. 1, pp. 163-196). Beverly Hills, CA: Sage; Aronson, E. (2002). Construir empatia, compaixão e realizações na sala de aula quebra-cabeças. Em J. Aronson (Ed.), *Melhorando o desempenho acadêmico: Impacto de fatores psicológicos na educação* (pp. 209–225). San Diego, CA: Academic Press.

107 . Juergen-Lohmann, J., Borsch, F., & Giesen, H. (2001). Aprendizagem cooperativa na universidade: uma avaliação do quebra-cabeças nas aulas de psicologia educacional / Kooperatives Lernen an der Hochschule. Evaluation des Gruppenpuzzles in Seminaren der Paedagogischen Psychologie. *Zeitschrift fuer Paedagogische Psychologie, 15,* 74–84; Perkins, D., & Saris, R. (2001). Uma técnica de “sala de aula quebra-cabeças” para cursos de estatística de graduação. *Ensino de Psicologia, 28,* 111-113; Walker, I., & Crogan, M. (1998). Desempenho acadêmico, preconceito e sala de aula quebra-cabeça: novas peças do quebra-cabeça. *Journal of Community & Applied Social Psychology, 8,* 381-393.

108 . Desforges DM, Lord, CG, Ramsey, SL, Mason, JA, Van Leeuwen, MD, West, SC, & Lepper, MR (1991). Efeitos do contato cooperativo estruturado na mudança de atitudes negativas em relação a grupos sociais estigmatizados. *Journal of Personality and Social Psychology, 60,* 531-544.

109 . Gaertner, SL, Mann, J., Dovidio, JF, Marrell, A., & Pomare, M. (1990). Como a cooperação reduz o preconceito entre os grupos? *Journal of Personality and Social Psychology, 59* , 692–704; Gaertner, SL e Dovidio, JF (2000). *Reduzindo o preconceito entre grupos: O modelo comum de identidade dentro de grupos* . Filadélfia, PA: Psychology Press.

110 . Leippe, MR, & Eisenstadt, D. (1994). Generalização da redução da dissonância: diminuindo o preconceito por meio da complacência induzida. *Journal of Personality and Social Psychology, 67,* 395-413.

111 . Gaertner, SL, Mann, JA, Dovidio, JF, Murrell, AJ, & Pomare, M. (1990). Como a cooperação reduz o preconceito entre os grupos? *Journal of Personality and Social Psychology, 59,* 692-704.

112 . Bridgeman, D. (1981). Desempenho aprimorado de papéis por meio da interdependência cooperativa: um estudo de campo. *Child Development, 52,* 1231–1238.

113 . Aronson, E. (2000). *Ninguém deixou para odiar: Ensinando compaixão depois de Columbine.* Nova York: Henry Holt.

114 . Slavin, R. (1996). Pesquisa sobre aprendizagem e realização cooperativa: o que sabemos, o que precisamos saber. *Contemporary Educational Psychology, 21,* 43-69; Qin, Z., Johnson, DW, & Johnson, RT (1995). Esforços cooperativos versus competitivos e resolução de problemas. *Review of Educational Research, 65,* 29-143; Deutsch, M. (1949). Uma teoria de cooperação e competição. *Relações Humanas, 2,* 129-152;

Deutsch, M. (1949). Um estudo experimental dos efeitos da cooperação e competição no processo de grupo. *Relações Humanas, 2,* 199-232.

115 . Van Bavel, JJ e Cunningham, WA (2009). A autocategorização com um novo grupo mestiço modera os preconceitos sociais e raciais automáticos. *Personality and Social Psychology Bulletin* , 35, 321-335.

116 . Todd, A., Bodenhausen, GV, Richeson, JA, & Galinsky, AD (2011). A tomada de perspectiva combate as expressões automáticas do preconceito racial. *Journal of Personality and Social Psychology, 100,* 1027-1042.

117 . McConahay, JB (1981). Reduzindo o preconceito racial em escolas não segregadas. Em WD Hawley (Ed.), *Desagregação da escola eletiva* . Beverly Hills, CA: Sage.

118 . Shipler, DK (1997). *Um país de estranhos: negros e brancos na América.* Nova York: Knopf.

Capítulo 8 Gostar, amar e conectar

1 . Kasper, S. (1992). *Annie Oakley* . Norman, OK: University of Oklahoma Press.

2 . Ekman, P. (1982). *Emoção no rosto humano,* 2ª edição. Nova York: Cambridge University Press.

3 . Baumeister, RF e Leary, MR (1995). A necessidade de pertencer: Desejo de ligações interpessoais como motivação humana fundamental. *Psychological Bulletin* , *117* , 497-529.

4 . Waldinger, R., citado em Curtin, M., (2017). Este estudo de Harvard de 75 anos descobriu o 1 segredo para levar uma vida plena. *Inc.* , 27 de fevereiro. Https://www.inc.com/melanie-curtin/want-a-life-of-fulfillment-a-75-year-harvard-study-says-to-prioritize-this-one- t.html .

5 . Uchino, BN, Cacioppo, JT, & Kiecolt-Glaser, JK (1996). A relação entre suporte social e processos fisiológicos: uma revisão com ênfase nos mecanismos subjacentes e implicações para a saúde. *Psychological Bulletin* , *119* , 488-531.

6 . Cacioppo, JT, & Hawkley, LC (2003). Isolamento social e saúde, com ênfase nos mecanismos subjacentes. *Perspectives in Biology and Medicine* , *46* , S39 – S52.

7 . Cacioppo, JT, Hawkley, LC, & Thisted, RA (2010). O isolamento social percebido me deixa triste: análises cruzadas de 5 anos sobre solidão e sintomatologia depressiva no Chicago Health, Aging and Social Relations Study. *Psychology and Aging* , *25* , 453–463.

8 . Klinenberg, E. (2013). *Indo solo: A ascensão extraordinária e o apelo surpreendente de morar sozinho* . Nova York: Penguin.

9 . DePaulo, BM e Morris, WL (2005). Solteiros na sociedade e na ciência. *Psychological Inquiry* , *16* , 57-83.

10 . Citado em Gregoire, C. (2013). O estudo de 75 anos que descobriu os segredos para uma vida plena. *Huffington Post* , 23 de agosto. Http://www.huffingtonpost.com/2013/08/11/how-this-harvard-psycholo_n_3727229.html .

11 . Carnegie, D. (1937/2010). *Como fazer amigos e influenciar pessoas* . Nova York: Simon e Schuster.

12 . Remmers, HH, & Radler, DH (1958). Atitudes de adolescentes. *Scientific American, 198* , 25–29; Dawes, M., & Xie, H. (2014). O papel da meta de popularidade nos comportamentos e no status de popularidade dos primeiros adolescentes. *Developmental Psychology* , *50* , 489-497.

13 . Lemann, T., & Solomon, R. (1952). Características do grupo conforme reveladas em padrões sociométricos e classificações de personalidade. *Sociometria, 15,* 7–90.

14 . Homans, G. (1961). *Comportamento social: suas formas elementares.* Nova York: Harcourt, Brace and World.

15 . Kelley, HH, & Thibaut, JW (1978). *Relações interpessoais: uma teoria da interdependência* . John Wiley & Sons.

16 . Festinger, L., Schachter, S., & Back, K. (1950). *Pressões sociais em grupos informais: um estudo dos fatores humanos na habitação.* Nova York: Harper.

17 . Darley, JM, & Berscheid, E. (1967). Aumento do gosto como resultado da antecipação do contato pessoal. *Relações Humanas* , *20* , 29-40.

18 . Bossard, JH (1932). Proximidade residencial como fator na seleção do casamento. *American Journal of Sociology* , *38* , 219-224.

19 . Ansari, A., & Klinenberg, E. (2015). *Romance moderno* . Nova York: Penguin.

20 . Citado em Ansari, A. (2015). *Romance moderno,* Nova York: Penguin, p. 14

21 . Collisson, B., & Howell, JL (2014). O efeito de semelhança de gosto: Percepções de semelhança em função de gostar. *Journal of Social Psychology* , *154* , 384-400; Aronson, E., & Worchel, S. (1966). Similaridade versus gostar como determinantes da atratividade interpessoal. *Psychometric Science, 5,* 157-158.

22 . Tidwell, ND, Eastwick, PW, & Finkel, EJ (2013), Perceived, not real, similarity prediz atração inicial em um contexto romântico ao vivo: Evidence from the speed-dating paradigm. *Relações Pessoais, 20* , 199-215.

23 . Cialdini, RB (2004). A ciência da persuasão. *Scientific American Mind* , *14* , 70-77.

24 . Gehlbach, H., Brinkworth, ME, King, AM, Hsu, LM, McIntyre, J., & Rogers, T. (2016). Criação de pássaros de penas semelhantes: Aproveitando a semelhança para melhorar as relações professor-aluno e o desempenho acadêmico. *Journal of Educational Psychology, 108,* 342-352.

25 . Bales, R. (1958). Funções de tarefas e funções sociais em grupos de resolução de problemas. Em EE Maccoby, TM Newcomb, & EL Hartley (Eds.), *Readings in social psychology,* 3rd edition (pp. 437-447). Nova York: Holt.

26 . Aronson, E., Willerman, B., & Floyd, J. (1966). O efeito de uma queda no aumento da atratividade interpessoal. *Psychonomic Science, 4,* 227-228.

27 . Tesser, A., Millar, M., & Moore, J. (1988). Algumas consequências afetivas dos processos de comparação e reflexão social: A dor e o prazer de estar perto. *Journal of Personality and Social Psychology* , *54* , 49-61.

28 . Cialdini, RB, Borden, RJ, Thorne, A., Walker, MR, Freeman, S., & Sloan, LR (1976). Aproveitando a glória refletida: três estudos de campo (futebol). *Journal of Personality and Social Psychology* , *34* , 366-375.

29 . Eastwick, PW, Luchies, LB, Finkel, EJ, & Hunt, LL (2014). A validade preditiva das preferências do parceiro ideal: uma revisão e meta-análise. *Psychological Bulletin* , *140* , 623-665.

30 . Todd, PM, Penke, L., Fasolo, B., & Lenton, AP (2007). Diferentes processos cognitivos fundamentam as escolhas e preferências de parceiros humanos. *Proceedings of the National Academy of Sciences* , *104* , 15011-15016.

31 . Walster, E., Aronson, V., Abrahams, D., & Rottman, L. (1966). Importância da atratividade física no comportamento no namoro. *Journal of Personality and Social Psychology, 5* , 508-516.

32 . White, G. (1980). Atração física e progresso no namoro. *Journal of Personality and Social Psychology, 39* , 660-668.

33 . Dion, K., Berscheid, E., & Walster (Hatfield), E. (1972). O que é bonito é bom. *Journal of Personality and Social Psychology, 24,* 285–290.

34 . Fink, B., Neave, N., Manning, JT, & Grammer, K. (2006). Simetria facial e julgamentos de atratividade, saúde e personalidade. *Personality and Individual Differences* , *41* , 491–499; Reber, R., Schwarz, N., & Winkielman, P. (2004). Fluência de processamento e prazer estético: a beleza está na experiência de processamento do observador? *Personality and Social Psychology Review, 8,* 364-382.

35 . Tan, AS (1979). Anúncios de beleza na TV e expectativas de papéis de espectadoras adolescentes. *Journalism Quarterly, 56,* 283-288.

36 . Dion, K. (1972). Atratividade física e avaliações das transgressões infantis. *Journal of Personality and Social Psychology, 24,* 207-213.

37 . Frieze, IH, Olson, JE, & Russell, J. (1991). Atratividade e renda para homens e mulheres na gestão. *Journal of Applied Social Psychology, 21,* 1037–1039.

38 . Sigall, H., & Aronson, E. (1969). Gostar de um avaliador em função da sua atratividade física e da natureza das avaliações. *Journal of Experimental and Social Psychology, 5,* 93-100.

39 . Snyder, M., Tanke, ED, & Berscheid, E. (1977). Percepção social e comportamento interpessoal: Sobre a natureza autorrealizável dos estereótipos sociais. *Journal of Personality and Social Psychology, 35,* 656–666.

40 . Kniffin, KM, & Wilson, DS (2004). O efeito de traços não físicos na percepção da atratividade física: Três estudos naturalísticos. *Evolution and Human Behavior* , *25* , 88-101.

41 . Gross, AE, & Crofton, C. (1977). O que é bom é belo . *Personality and Social Psychology Bulletin,* 3, 262–265.

42 . Freeman, J. (2011). Os estereótipos e os símbolos de status afetam se um rosto é visto como preto ou branco. https://medicalxpress.com/news/2011-09-stereotypes-status-impact-viewed-black.html . Acessado em 3 de setembro de 2017.

43 . Curtis, RC e Miller, K. (1986). Acreditar que outra pessoa gosta ou não de você: comportamentos que tornam as crenças realidade. *Journal of Personality and Social Psychology, 51,* 284–290.

44 . Walster (Hatfield), E. (1965). O efeito da auto-estima no gosto romântico. *Journal of Experimental and Social Psychology, 1,* 184–197.

45 . Kiesler, SB & Baral, RL (1970). A procura de um parceiro romântico: Os efeitos da auto-estima e da atratividade física no comportamento romântico. Em KJ Gergen & D. Marlowe (Eds.), *Personalidade e comportamento social.* Leitura, MA: Addison-Wesley.

46 . Finkel, EJ, & Eastwick, PW (2009). As normas sociais arbitrárias influenciam as diferenças sexuais na seletividade romântica. *Psychological Science* , *20* , 1290-1295.

47 . Schwartz, B. (2004). *O paradoxo da escolha: por que menos é mais* . Nova York: Ecco.

48 . Iyengar, SS e Lepper, MR (2000). Quando a escolha é desmotivadora: pode-se desejar muito de uma coisa boa? *Journal of Personality and Social Psychology* , *79* , 995–1006.

49 . Ansari, A. (2015). *Romance moderno.* Nova York: Penguin.

50 . Iyengar, SS, Wells, RE, & Schwartz, B. (2006). Fazendo melhor, mas se sentindo pior: Procurar o “melhor” emprego mina a satisfação. *Psychological Science* , *17* , 143-150.

51 . Ansari, A. (2015). *Romance moderno.* Nova York: Penguin.

52 . Amabile, TM (1983). Brilhante, mas cruel: percepções de avaliadores negativos. *Journal of Experimental Social Psychology, 19,* 146-156.

53 . Swann, Jr., WB (1990). Para ser adorado ou conhecido? A interação de autoaprimoramento e autoverificação. Em RM Sorrentino & ET Higgins (Eds.), *Foundations of social behavior* (Vol. 2), pp. 408-448. Nova York: Guilford.

54 . Lawrence, JS, Crocker, J., & Blanton, H. (2011). Grupos culturais estigmatizados e dominantes interpretam diferencialmente o feedback positivo. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 42* , 165-169.

55 . Jones, EE (1964) *Ingratiation* . Nova York: Appleton-Century-Crofts.

56 . Brehm J., & Cole, A. (1966). Efeito de um favor que reduz a liberdade. *Journal of Personality and Social Psychology, 3,* 420-426.

57 . Bigelow, J. (Ed.). (1916). *A autobiografia de Benjamin Franklin* . Nova York: GP Putnam's Sons.

58 . Jecker, J. e Landy, D. (1969). Gostar de uma pessoa em função de lhe fazer um favor. *Relações Humanas, 22,* 371-378.

59 . Aronson, E., & Linder, D. (1965). Ganho e perda de estima como determinantes da atratividade interpessoal. *Journal of Experimental and Social Psychology, 1,* 156–171; Gerard, H., & Greenbaum, CW (1962). Atitudes em relação a um agente de redução da incerteza. *Journal of Personality, 30,* 485–495; Mettee, D., Taylor, SE e Friedman, H. (1973). Afeta a conversão e o efeito de ganho-perda. *Sociometria, 36,* 505-519; Aronson, E., & Mettee, D. (1974). Reações afetivas à avaliação de outras pessoas. Em *Fundamentos da atração interpessoal.* Nova York: Academic Press; Clore, GL, Wiggins, NH, & Itkin, S. (1975). Ganho e perda de atração: atribuições de comportamento não verbal. *Journal of Personality and Social Psychology, 31,* 706–712; Turcotte, SJ, & Leventhal, L. (1984). Ordenação de ganho-perda versus reforço-efeito de classificações de alunos de ensino: Efeito de instruções de classificação. *Journal of Educational Psychology, 76,* 782-791.

60 . Aronson, E., & Linder, D. (1965). Ganho e perda de estima como determinantes da atratividade interpessoal. *Journal of Experimental and Social Psychology, 1,* 156–171.

61 . Spinoza, B. de. (1910). A ética. Em A. Boyle (Trans.), *Spinoza's ethics and "De Intellectus Emendatione"* (pp. 232–233). Nova York: Dutton.

62 . Mettee, DR, Taylor, SE e Friedman, H. (1973). Afeta a conversão e o efeito de ganho-perda. *Sociometria, 36,* 505-519.

63 . Mettee, DR, & Aronson, E. (1974). Reações afetivas à avaliação de outras pessoas. Em TL Huston (Ed.), *Fundamentos da atração interpessoal* (pp. 235-283). Nova York: Academic Press.

64 . Strauss, N. (2012). *O jogo: Penetrar na sociedade secreta dos PUA.* Nova York: It Books.

65 . Clark, MS, & Mills, J. (1979). Atração interpessoal nas relações de troca e comunais. *Journal of Personality and Social Psychology, 37,* 12–24.

66 . Walster, E., Walster, GW, & Traupmann, J. (1979). Equidade e sexo antes do casamento. Em M. Cook & G. Wilson (Eds.), *Amor e atração.* Nova York: Pergamon Press.

67 . Pillemer, J., Hatfield, E., & Sprecher, S. (2008). A importância da justiça e da equidade para a satisfação conjugal das mulheres idosas. *Journal of Women and Aging, 20,* 215-229.

68 . Clark, MS, Mills, JR, & Corcoran, DM (1989). Acompanhar as necessidades e contribuições de amigos e estranhos. *Personality and Social Psychology Bulletin, 15,* 533–542.

69 . Hatfield, E., & Rapson, RL (2008). Amor apaixonado e desejo sexual: perspectivas multidisciplinares. Em JP Forgas & J. Fitness (Eds.), *Relações sociais: processos cognitivos, afetivos e motivacionais.* Nova York: Psychology Press.

70 . Baumeister, RF, & Bratslavsky, E. (1999). Paixão, intimidade e tempo: o amor apaixonado como uma função da mudança na intimidade. *Personality and Social Psychology Review, 3* , 49-67.

71 . Aron, A., Fisher, H., Mashek, DJ, Strong, G., Li, H., & Brown, LL (2005). Sistemas de recompensa, motivação e emoção associados ao intenso amor romântico nos estágios iniciais. *Journal of Neurophysiology, 94,* 327-337; Scheele, D., Willie, S., Kendrick, KM, Stoffel-Wagner, B., Becker, B., Güntürkün, O., Maier, W., & Hurlemann, R. (2013). A oxitocina aumenta as respostas do sistema de recompensa do cérebro em homens que veem o rosto de sua parceira. *PNAS, 110,* 20308–20313.

72 . Haidt, J. (2006). *A hipótese da felicidade.* Nova York: Hachette.

73 . Solomon, R. (1994). *Sobre amor.* Lanham, MD: Littlefield Adams.

74 . Aron, A., Fisher, HE, Strong, G., et al. (2008). Apaixonado. Em S. Sprecher, A. Wenzel, & J. Harvey (Eds.), *Handbook of relationship iniciation* . Nova York: Psychology Press; Acevedo, BP, & Aron, A. (2009). Um relacionamento de longo prazo mata o amor romântico? *Review of General Psychology, 13,* 59-65.

75 . Epstein, R., Pandit, M., & Thakar, M. (2013). Como o amor surge em casamentos arranjados: dois estudos transculturais. *Journal of Comparative Family Studies, 44,* 341-360.

76 . Lee, SWS, & Schwarz, N. (2014). Enquadrar o amor: quando dói pensar que fomos feitos um para o outro. *Journal of Experimental Social Psychology* , *54* , 61-67.

77 . Knee, CR (1998). Teorias implícitas de relacionamentos: Avaliação e previsão do início, enfrentamento e longevidade do relacionamento romântico. *Journal of Personality and Social Psychology, 74* , 360-370; Knee, CR, Nanayakkara, A., Vietor, NA, Neighbours, C., & Patrick, H. (2001). Teorias implícitas de relacionamentos: quem se importa se os parceiros românticos são menos do que ideais? *Personality and Social Psychology Bulletin, 27* , 808–819.

78 . Shaver, PR e Hazan, C. (1993). Apego romântico adulto: Teoria e evidências. Em D. Perlman & WH Jones (Eds.), *Advances in personal relationships* (Vol. 4). Londres: Kingsley.

79 . Mikulincer, M., & Shaver, PR (2007). *Apego na idade adulta: Estrutura, dinâmica e mudança* . Nova York: Guilford Press.

80 . Dinero, RE, Conger, RD, Shaver, PR, Widaman, KF, & Larsen-Rife, D. (2008). Influência da família de origem e dos parceiros românticos adultos na segurança do apego romântico. *Journal of Family Psychology, 22,* 622-632.

81 . Feeney, BC, & Cassidy, J. (2003). Memória reconstrutiva relacionada às interações de conflito entre pais e adolescentes. *Journal of Personality and Social Psychology, 85,* 945–955.

82 . Fraley, RC, Vicary, AM, Brumbaugh, CC, & Roisman, GI (2011). Padrões de estabilidade no apego adulto: Um teste empírico de dois modelos de continuidade e mudança. *Journal of Personality and Social Psychology, 101* , 974–992; Gillath, O.,

Shaver, PR, Baek, J.-M., & Chun, DS (2008). Correlatos genéticos do estilo de apego adulto. *Personality and Social Psychology Bulletin, 34,* 1396-1405.

83 . Sroufe, LA (2005). Apego e desenvolvimento: um estudo prospectivo longitudinal do nascimento à idade adulta. *Attachment and Human Development, 7,* 349-367; Simpson, JA, Collins, WA, Salvatore, JE, & Sung, S. (2014). O impacto da experiência interpessoal precoce no funcionamento do relacionamento romântico na idade adulta. Em M. Mikulincer & PR Shaver (Eds.), *Mechanisms of social connections: From brain to group* (pp. 221-234). Washington, DC: American Psychological Association.

84 . Reis, HT, Clark, MS, & Holmes, JG (2004). A responsividade do parceiro percebida como um construto organizador no estudo da intimidade e da proximidade. Em DJ Mashek & A. Aron (Eds.), *Manual de proximidade e intimidade* (pp. 201–225). Nova York: Psychology Press; Downey, G., Freitas, AL, Michaelis, B., & Khouri, H. (1998). A profecia autorrealizável em relacionamentos íntimos: sensibilidade à rejeição e rejeição por parceiros românticos. *Journal of Personality and Social Psychology* , *75* , 545-560.

85 . Oriña, MM, Collins, WA, Simpson, JA, Salvatore, JE, Haydon, KC, Kim, JS (2011). Perspectivas desenvolvimentais e diádicas sobre o compromisso em relacionamentos românticos adultos. *Psychological Science, 22,* 908–915; Simpson, JA, Collins, WA e Salvatore, JE (2011). O impacto da experiência interpessoal precoce no funcionamento do relacionamento romântico adulto: descobertas recentes do Estudo Longitudinal de Minnesota de Risco e Adaptação. *Current Directions in Psychological Science, 20,* 355-359.

86 . Finkel, EJ (2017). *O casamento tudo ou nada* . Nova York: Dutton.

87 . Arriaga, XB, Kumashiro, M., Finkel, EJ, VanderDrift, LE, & Luchies, LB (2014). Preenchendo o vazio: Reforçando a segurança do apego em relacionamentos comprometidos. *Social Psychological and Personality Science* , *5* , 398–406.

88 . Duck, S. (1995). Estratagemas, espólios e dente de serpente: Sobre as delícias e dilemas das relações pessoais. Em WR Cupach & BH Spitzberg (Eds.), *O lado escuro da comunicação interpessoal* . Hillsdale, NJ: LEA.

89 . Harvey, OJ (1962). Fatores de personalidade na resolução de incongruências conceituais. *Sociometry, 25,* 336-352.

90 . Schopenhauer, A. (1851). *Parerga e Paralipomena* (Vol. 2, Capítulo XXXI). Tradução: EFJ Payne. Oxford: Oxford University Press.

91 . Clark, MS, & Lemay, EP (2010). Relacionamentos íntimos. Em ST Fiske, DT Gilbert e G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology,* 5ª edição (pp. 898–940). Nova York: Wiley.

92 . Murray, SL, Holmes, JG e Collins, NL (2006). Otimizando a garantia: O sistema de regulação de risco nas relações. *Psychological Bulletin* , *132* , 641-666.

93 . Finkel, E. (2017). *O casamento tudo ou nada* . Nova York: Dutton.

94 . Aron, A., Melinat, E., Aron, EN, Vallone, RD, & Bator, RJ (1997). A geração experimental de proximidade interpessoal: um procedimento e algumas descobertas preliminares. *Personality and Social Psychology Bulletin* , *23* , 363-377.

95 . Swann, Jr., WB (1990). Para ser adorado ou conhecido? A interação de autoaprimoramento e autoverificação. Em RM Sorrentino & ET Higgins (Eds.), *Foundations of social behavior,* Vol. 2 (pp. 408–448). Nova York: Guilford; Swann, Jr., WB, De La Ronde, C., & Hixon, JG (1994). Esforços de autenticidade e positividade no casamento e noivado. *Journal of Personality and Social Psychology* , *66* , 857–869; Swann, Jr., WB, & Pelham, B. (2002). Quem quer sair quando as coisas melhorarem? Investimento psicológico e preferência pela autoverificação de colegas de faculdade. *Self and Identity* , *1* , 219-233.

96 . Gable, SL, Gonzaga, GC e Strachman, A. (2006). Você estará lá para mim quando as coisas derem certo? Respostas de apoio a divulgações de eventos positivos. *Journal of Personality and Social Psychology, 91,* 904–917.

97 . Harvey, JH, Weber, AL e Orbuch, TL (1990). *Contas interpessoais: uma perspectiva psicológica social.* Oxford: Blackwell.

98 . Gottman, J. (2012). *Por que os casamentos são bem-sucedidos ou fracassam.* Nova York: Simon & Schuster.

99 . Gottman, JS (Ed.) (2004). *The Marriage Clinic Casebook* . Nova York: WW Norton.

100 . Fincham, FD e Bradbury, TN (1993). Satisfação conjugal, depressão e atribuições: uma análise longitudinal. *Journal of Personality and Social Psychology, 64,* 442–452; Karney, B., & Bradbury, TN (2000). Atribuições no casamento: Estado ou característica? Uma análise da curva de crescimento. *Journal of Personality and Social Psychology, 78,* 295–309.

101 . Finkel (2017), Ibid.

Capítulo 9 Psicologia Social como Ciência

1 . Kunen, JS (1995, 10 de julho). Ensinando uma lição aos prisioneiros. *New Yorker* , pp. 34-39.

2 . Feynman, R. (1993, 21 de dezembro). A melhor mente desde Einstein. http://www.pbs.org/wgbh/nova/education/programs/2019_bestmind.html . Acessado em 28 de novembro de 2017.

3 . P. Semonov (1997). Comunicação pessoal.

4 . Nisbett & Wilson; também Gilovich, T., & Ross, L. (2015). *O mais sábio da sala: como você pode se beneficiar dos insights mais poderosos da psicologia social.* Nova York: Free Press.

5 . Aronson, E., Willerman, B., & Floyd, J. (1966). O efeito de uma queda no aumento da atratividade interpessoal. *Psychonomic Science, 4,* 227-228.

6 . Aronson, E., & Mills, J. (1959). O efeito da severidade da iniciação em gostar de um grupo. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 59,* 177-181.

7 . Liebert, R., & Baron, R. (1972). Alguns efeitos imediatos da violência televisionada no comportamento das crianças. *Developmental Psychology, 6,* 469-475.

8 . Aronson, E., & Carlsmith, JM (1969). Experimentação em psicologia social. Em G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology,* 2ª edição (Vol. 2, pp. 1-79). Leitura, MA: Addison-Wesley; Aronson, E., Brewer, M., & Carlsmith, JM (1985). Experimentação em psicologia social. Em G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology,* 3rd edition (Vol. 1, pp. 441-486). Nova York: Random House.

9 . Milgram, S. (1963). Estudo comportamental da obediência. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 67,* 371-378.

10 . Aronson, E., Sigall, H., & Van Hoose, T. (1970). O sujeito cooperativo: Mito ou realidade? *Journal of Experimental and Social Psychology, 6,* 1-10.

11 . Asch, S. (1951). Efeitos da pressão do grupo sobre a modificação e distorção do julgamento. Em MH Guetzkow (Ed.), *Grupos, liderança e homens* (pp. 177–190). Pittsburgh: Carnegie; Asch, S. (1951). Estudos de independência e conformidade: I. Uma minoria de um contra uma maioria unânime. *Psychological Monographs: General and Applied, 70 (9),* 1–70.

12 . Oostenbroek, J., Suddendorf, T., Nielsen, M., Redshaw, J., Kennedy-Costantini, S., Davis, J., Clark, S., & Slaughter, V. (2016). Um estudo longitudinal abrangente desafia a existência de imitação neonatal em humanos. *Current Biology, 26* , 1334-1338.

13 . Cohen, GL, Garcia, J., Purdie-Vaughns, V., Apfel, N., & Brzustoski, P. (2009). Processos recursivos em auto-afirmação: Intervir para fechar a lacuna de realização da minoria. *Science* , *324,* 400–403.

14 . Borman, GD, Grigg, J., & Hanselman, P. (2016). Um esforço para fechar lacunas de realização em escala por meio da autoafirmação. *Avaliação Educacional e Análise de Política* , *38* , 21-24; Hanselman, P., Rozek, CS, Grigg, J., & Borman, GD (2017). Novas evidências sobre efeitos de auto-afirmação e fontes teorizadas de heterogeneidade de replicações em grande escala. *Journal of Educational Psychology* , *109* , 405.

15 . Simmons, JP e Simonsohn, U. (2017). Levantamento de poder: *P* - curvando as evidências. *Psychological Science, 28,* 687-693; Ranehill E., Dreber A., Johannesson M., Leiberg S., Sul S., & Weber RA (2015). Avaliando a robustez da pose de poder: Nenhum efeito sobre os hormônios e a tolerância ao risco em uma grande amostra de homens e mulheres. *Psychological Science, 26,* 653-656.

16 . Van Bavel, JJ, Mende-Siedlecki, P., Brady, WJ, & Reinero, DA (2016, 9 de agosto). A sensibilidade contextual ajuda a explicar a lacuna de reprodutibilidade entre a psicologia social e cognitiva. http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2820883 . Acessado em 4 de setembro de 2017.

17 . Dawes, R., McTavish, J., & Shaklee, H. (1977). Comportamento, comunicação e suposições sobre o comportamento de outras pessoas em uma situação de dilema comum. *Journal of Personality and Social Psychology, 35,* 1-11.

18 . Aronson, E., & Mettee, D. (1968). Comportamento desonesto em função dos níveis diferenciais de autoestima induzida. *Journal of Personality and Social Psychology, 9,* 121-127.

19 . Bickman, L., & Zarantonello, M. (1978). Os efeitos do engano e do nível de obediência nas avaliações dos sujeitos do estudo de Milgram. *Personality and Social Psychology Bulletin, 4,* 81-85.

20 . Milgram, S. (1964). Questões no estudo da obediência: uma resposta a Baumrind. *American Psychologist, 19,* 848–852.

Índice de Nomes

UMA

Abrahams, Darcy, 176

Aknin, Lara, 246

Alexander, Michelle, 265

Allport, Gordon, 261 , 262

Amabile, Teresa, 38 , 321

Amin, Idi, 225

Anderson, Craig, 219 , 233

Ansari, Aziz, 306 , 319 , 320 , 331

Applewhite, Marshall Herff, 101

Archer, Dane, 208

Aristóteles, 1 , 173 , 174 , 176

Aronson, Elliot, 8 , 369

Aronson, Joshua, 1 , 3 , 46 , 47 , 122 , 149 , 176 , 185 , 195 , 199 , 237 , 258 , 265 , 282 , 283

Arriaga, Ximena, 334

Asch, Solomon, 45 , 117 , 118 , 119 , 120 , 121 , 122 , 123 , 125 , 128 , 131 , 364 , 367 , 369

B

Baird, Abigail, 128

Banaji, Mahzarin, 267 , 269

Bandura, Albert, 229

Baral, Roberta, 317

Bargh, John, 114

Barker, Roger, 222

Barnum, PT, 23

Barão, Robert, 244

Barrett, Lisa Feldman, 198

Batson, Daniel, 134

Baumeister, Roy, 24 , 87 , 220

Bentham, Jeremy, 15 , 16

Berkowitz, Leonard, 218 , 226 , 227

Berns, Gregory, 120

Berscheid, Ellen, 94 , 97 , 313

Bickman, Leonard, 370

Bloom, Paul, 18

Bodenhausen, Galen, 257

Bogart, Humphrey, 69

Bond, Rod, 120

Bradbury, Thomas, 342

Bradford, John, 39

Brandeis, Louis, 199

Brehm, Jack, 67 , 68 , 74 , 79 , 96 , 196

Bridgeman, Diane, 296

Brosnan, Sarah, 223

Brossard, James, 305

Brown, Paul, 243

Brown, Roger, 223

Bruce, Lenny, 63

Bryan, Christopher, 187

Burger, Jerry, 144 , 148

Bush, George HW, 165 , 166 , 306

Bush, George W., 104

Bushman, Brad, 87 , 212 , 213 , 218 , 233

Butler, Frank, 301 , 303 , 304 , 310 , 315 , 347

C

Cacioppo, John, 169 , 170

Campbell, Keith, 87

Camus, Albert, 60

Cantril, Hadley, 31

Carlsmith, J. Merrill, 77 , 82 , 84 , 85 , 190 , 192 , 219 , 241 , 362

Carnegie, Dale, 303 , 304 , 320 , 321 , 322

Carnevale, Peter, 290

Castro, Fidel, 308

Chaiken, Shelly, 178

Chartrand, Tanya, 114

Cristão, Jeremy Joseph, 254

Cialdini, Robert, 72 , 130 , 195

Cícero, 335

Clark, Margaret, 327 , 328

Clinton, Bill, 166

Clinton, Hillary, 115 , 166 , 169 , 179

Clooney, George, 306

Cobain, Kurt, 161

Cochran, Johnnie, 170

Cohen, Arthur R., 77

Cohen, Bernard, 45

Cohen, Dov, 207

Cohen, Geoffrey, 31 , 32 , 87 , 141 , 195 , 284

Collins, Mary Ellen, 287

Conway, Michael, 91

Corcoran, David, 328

Costanzo, Mark, 24

Craig, Jenny, 186

Crandall, Christian, 129 , 269

Crick, Nikki, 210

Crocker, Charles, 272

Crocker, Jennifer, 276

Cronkite, Walter, 168 , 201

Crystal, Billy, 212

Cunningham, William, 297

Curtis, Rebecca, 316

D

Dabbs, James, 208

Darby, Joseph, 150

Darley, John, 97 , 133 , 134 , 136

Darling-Hammond, Linda, 148

Darwin, Charles, 247

Davis, Deborah, 217 , 237 , 238

Davis, Keith, 93

Davitz, Joel, 243

Dawes, Robyn, 367 , 369

de Klerk, FW, 299

De Niro, Robert, 212

de Tocqueville, Alexis, 225

de Waal, Frans, 223

Dean, John, 112

DeCelles, Katherine, 224

Dembo, Tamara, 222

Deutsch, Morton, 125 , 287 , 290

Dion, Karen, 311 , 312

Dittes, James, 127

Dollard, John, 272

Dubois, WEB, 284

Dukakis, Michael, 165 , 166 , 179

Dunbar, Robin, 19 , 146

Duncan, Birt, 259

Dweck, Carol, 43

E

Eagly, Alice, 178

Eastwick, Paul, 317

Eccles, Jacquelynne, 280

Eichmann, Adolf, 145

Eiseley, Loren, 249

Eisenberger, Naomi, 28

Eisenstadt, Donna, 295

Eliot, George, 35 , 306

Eliot, TS, 192

Elliot, Rogers, 243

Elms, Alan, 144

Escobar, Pablo, 23

Eshleman, Amy, 269

F

Fein, Steven, 116 , 276

Fernbach, Philip, 32

Feshbach, Norma, 245

Feshbach, Seymour, 245

Festinger, Leon, 60 , 77 , 84 , 177

Feynman, Richard, 351

Fincham, Frank, 342

Finkel, Eli, 317 , 334

Fiske, Susan, 32 , 35 , 260

Flick, Mark, 259

Floyd, Joanne, 309

Franklin, Benjamin, 16 , 323

Fraser, Scott, 75

Freedman, Jonathan, 75 , 82 , 83 , 195 , 241

Freeman, Jon, 315

Freud, Sigmund, 203 , 212

Frey, David, 270

G

Gable, Shelley, 337 , 338

Gaertner, Samuel, 270 , 296

Geen, Russell, 213

Gelbach, Hunter, 307

Genovese, Kitty, 132 , 133

Gentile, Douglas, 233 , 234

Gentio, Ronald, 233 , 234

George III, King, 306

Gerard, Harold, 90 , 125

Ghraib, Abu, 150

Gibbons, Rick, 62

Gilbert, Daniel, 72 , 184

Gilovich, Thomas, 22

Ginsberg, Allen, 172 , 173

Ginsberg, Ruth Bader, 150

Gladwell, Malcolm, 124 , 268

Glass, David, 93

Glick, Peter, 260

Goering, Hermann, 160

Goff, Philip, 265

Golden, Burton, 174 , 176

Gonzales, Marti, 24

Goodwin, Doris Kearns, 105

Gottman, John, 338

Gottman, Julie, 339

Grant, Adam, 185

Greenwald, Anthony, 267 , 269

Griffitt, William, 219

H

Hahn, Adam, 268

Haidt, Jonathan, 26 , 329 , 330

Hamilton, David, 28

Rede, Georgina, 245

Haney, Craig, 33

Harber, Kent, 95 , 280

Harmon-Jones, Eddie, 70

Harris, Eric, 220 , 221

Harris, Mary, 223

Hartmann, George, 180

Harvey, OJ, 189 , 192 , 335

Hastorf, Albert, 31

Hatfield, Elaine Walster. *Veja* Walster (Hatfield), Elaine

Haun, Daniel, 115

Hazan, Cindy, 332

Heider, Fritz, 27 , 37

Heilman, Madeline, 197

Heller, Joseph, 146

Higgins, Tory, 44

Hitler, Adolf, 112 , 113 , 160

Hobbes, Thomas, 203

Holmes, John, 336

Holmes, Oliver Wendell, Jr., 262

Horton, Willie, 165 , 166 , 170 , 180

Hovland, Carl, 173 , 174 , 189 , 192

Hussein, Saddam, 104

Hutton, EF, 177

eu

Inkster, James, 71

Iyengar, Sheena, 318

J

Jacobs, Janis, 280

Jacobson, Lenore, 41

James, LeBron, 175 , 178 , 252

James, William, 49

Janis, Irving, 113 , 120

Jecker, Jon, 323

Jenner, Bruce. *Veja* Jenner, Caitlin

Jenner, Caitlin, 175

Jobs, Steve, 55 , 155

Johnson, Dennis, 68

Johnson, Lyndon, 103 , 104 , 106 , 249

Jones, Carl, 44

Jones, Edward, 46 , 47 , 93 , 322

Jones, Jim, 10 , 101 , 102

Jost, John, 95 , 194

Jung, Kiju, 260

Jussim, Lee, 257

K

Kahn, Michael, 214

Kahneman, Daniel, 25

Keenan, Patricia, 290

Keizer, Kees, 131

Kelley, Harold, 37 , 127 , 304

Kennedy, David, 139

Kennedy, John F., 63 , 64 , 110 , 308 , 309 , 352 , 353

Kepner, Richard, 244

Kiesler, Sara, 317

King, Eden, 270

Kirkland, Shari, 278

Klebold, Dylan, 220 , 221

Klinenberg, Eric, 306

Joelho, C. Raymond, 332

Knox, Robert, 71

Kropotkin, Peter, 248

Kruglanski, Arie, 36 , 111

Kulik, James, 223

Kunen, James, 349 , 350

Kuo, Zing Yang, 203 , 204

eu

Landy, David, 323

Latané, Bibb, 133 , 134 , 136

Lawrence, Jason, 321

Lazarsfeld, Paul, 286

Leary, Mark, 220

Lee, Harper, 228

Lee, Spike WS, 331

Lehman, Darrin, 97

Leippe, Mike, 295

Lepper, Mark, 65

Lerner, Melvin, 285

Leventhal, Howard, 181 , 182 , 183

Levine, Robert, 133

Lewin, Kurt, 222

Lewontin, Richard, 199

Liberman, Nira, 52

Lieberman, Matthew, 28

Lincoln, Abraham, 105 , 249

Linder, Darwyn, 325

Lippmann, Walter, 256

Locke, John, 17

Loftus, Elizabeth, 53 , 54 , 217 , 238

Lombardi, Vince, 249

Senhor, Charles, 65

Lorenz, Konrad, 247

Luntz, Frank, 171

Lyubomirsky, Sonja, 43

M

Mallick, Shabaz, 226

Mandela, Nelson, 299

Manilow, Barry, 22

Marlowe, Christopher, 277 , 278

Marshall, Thurgood, 251 , 252 , 253

Martin, Trayvon, 4 , 5

Mathewson, Grover, 90

McCain, Douglas, 3 , 4

McCandless, Boyd, 226

McCauliffe, Christa, 113

McConahay, John, 298

McDaniel, Patricia, 208

McEwen, Bruce, 34

McGlone, Matthew, 171 , 184 , 283

McGuire, William, 197

McTavish, Jeanne, 367 , 369

Meeus, Wim, 147

Mendoza-Denton, Rodolfo, 288

Menninger, William, 212

Mettee, David, 86 , 369

Mikulincer, Mario, 332

Milgram, Stanley, 142 , 143 , 144 , 145 , 146 , 147 , 148 , 149 , 362 , 364 , 365 , 369 , 370 , 371

Mill, John Stuart, 199

Miller, Dale, 139

Miller, Kim, 316

Mills, Judson, 74 , 83 , 84 , 89 , 90 , 178 , 327 , 328 , 353 , 355 , 356 , 363

Mondale, Walter, 116

Monroe, Marilyn, 161

Montagu, Ashley, 247 , 248

Morgan, James J., 62 , 63

Morris, Philip, 62 , 65

Mullen, Brian, 228

Murray, Charles, 199

Murray, Sandra, 336

N

Nin, Anaïs, 15

Nisbett, Richard, 206 , 207

Nixon, Richard, 63 , 112 , 113

Norton, Michael, 224

O

Oakley, Annie, 301 , 310 , 315 , 319 , 347

Obama, Barack, 31 , 253

Obuchi, Kenichi, 246

O'Connor, Sandra Day, 150

Olweus, Dan, 241

Oppenheimer, J. Robert, 173 , 174

P

Page-Gould, Elizabeth, 288

Pager, Devah, 265

Pariser, Eli, 168

Parks, Rosa, 150

Patterson, Arthur, 213

Pennebaker, James, 260

Pettigrew, Thomas, 277

Petty, Richard, 169 , 170

Phelps, Elizabeth, 262

Phelps, Michael, 2 , 175

Phillips, David, 161

Piliavin, Irving, 136

Pinker, Steven, 206

Platão, 17

Pliner, Patricia, 76

Prasad, Jamuna, 59

Pratkanis, Anthony, 49 , 119 , 281

Prentice, Deborah, 139

Prince, Phoebe, 211

Prinstein, Michael, 141

Pulitzer, Joseph, 292 , 293 , 294

Q

Quinn, Andrew, 126

R

Raaijmakers, Quinten, 147

Reagan, Ronald, 49 , 50 , 116

Retton, Mary Lou, 175

Reynolds, Patrick, 177

Rholes, William, 44

Arroz, Grantland, 249

Richards, Bob, 175

Richardson, Deborah, 245

Robbins, John, 177

Robinson, Tom, 228

Rodger, Elliot, 221

Rodin, Judith, 133

Rodriguez, Alex, 175

Romney, Mitt, 31

Rosenthal, Robert, 41

Ross, Lee, 38 , 65

Ross, Michael, 91

Rousseau, Jean-Jacques, 203

Rudkin, Daniel, 32

Rusbult, Caryl, 68

S

Saddam Hussein, 104

Sakai, Haruki, 71

Salmivalli, Christina, 88

Sanna, Lawrence, 279

Sapolsky, Robert, 90 , 209

Schachter, Stanley, 111 , 113

Schindler, Oskar, 3

Schlenker, Barry, 126

Schopenhauer, Arthur, 336

Schwartz, Barry, 318 , 320

Schwarz, Norbert, 331

Sears, David, 195

Semonov, Pavel, 351

Shakespeare, William, 277 , 278

Shaklee, Harriet, 367 , 369

Shaver, Phillip, 332

Shaw, George Bernard, 96

Sherif, Muzafer, 117 , 118 , 121 , 189 , 192 , 273 , 290 , 292

Shipler, David, 298 , 299

Sidanius, Jim, 288

Sigall, Harold, 313

Simmel, Marianne, 27

Simmons, Joseph, 367

Simonsohn, Uri, 367

Simpson, Jeffry, 68

Simpson, OJ, 170

Sinatra, Frank, 237

Sinha, Durganand, 59

Sloman, Steven, 32

Smith, Peter, 120

Snyder, Mark, 21 , 313

Sócrates, 157

Solomon, Robert, 330

Speer, Albert, 112

Spencer, Stephen, 276

Spinoza, Baruch de, 325

Steele, Claude, 195 , 199 , 282

Steinberg, Laurence, 127

Steinmetz, Julia, 38

Stephan, Walter, 289

Stone, Jeff, 259

Strauss, Neil, 326

Suh, Dyne, 254

Sumner, William Graham, 286 , 298

Swann, William, 21

Swift, Jonathan, 42

Swim, Janet, 279

Switzer, Barry, 95

T

Tajfel, Henri, 29 , 30

Tanke, Elizabeth Decker, 313

Taylor, Shelley, 97

Tesser, Abraham, 310

Thibaut, John, 304

Thornton, Bill, 156

Thurber, James, 109 , 110 , 111 , 121

Todd, Andrew, 297 - 298

Tolstoi, Leo, 323

Trope, Yaacov, 52

Trump, Donald, 64 , 166 , 169 , 179 , 254

Turner, Judith, 190 , 192

Turner, Marlene, 281

Twenge, Jean, 220

Tyson, Neil deGrasse, 284

você

Uhls, Yalda, 157

V

Valliant, George, 303

Van Bavel, Jay, 32 , 297

Vasquez-Heilig, Julian, 148

Veitch, Roberta, 219

C

Waldinger, Robert, 302

Walster (Hatfield), Elaine, 176 , 177 , 311 , 316

Warren, Earl, 285

Watson, Jeanne, 277

Watson, John, 18

Webster, Donna, 111

Weiss, Walter, 173 , 174

Welch, Edgar, 2

Westen, Drew, 70

White, Gregory, 311

White, Ralph, 103

Whittaker, James, 189

Willerman, Ben, 309

Williams, Robin, 161

Winfrey, Oprah, 268

Woods, George, 4

Z

Zajonc, Robert, 164

Zarantonello, Mateus, 370

Zimbardo, Philip, 78 , 79 , 80 , 189 , 227 , 228

Zimmerman, George, 5

Índice de Assuntos

UMA

ABC News, persuasão, 171 - 172

Prisão de Abu Ghraib, 145

discurso abusivo, 198 - 199

desempenho acadêmico, estereótipos e, 282 - 283

aceitação

de agressão / violência, 202
latitude de, 189
responsabilidade, conformidade e, 126
motivos sociais precisos, 34
O acusado , 95
eventos de ação, televisão, 159
adolescentes. *Veja também* adolescentes
beleza, 312
anúncio, mídia, 163 - 164
publicidade
atletas em, 175
atratividade e, 164
beleza e, 312
para crianças, 162 - 163
dissonância cognitiva e, 67
credibilidade e, 175
tomada de decisão e, 67
eleições e, 165
persuasão em, 158
veracidade em, 163
afetam heurísticas, 49 - 50
ação afirmativa, 281
Affordable Care Act (ACA), persuasão, 171
afro-americanos
desempenho acadêmico e, 282 - 283
credibilidade de, 175
frustração em, 225
atitudes implícitas em relação a, 267
laço, 254
discriminação racial, 264
auto-estima e, 87 , 289
auto-justificação e, 94 - 95

na África do Sul, 278 - 279
estereótipos de, 4 , 255 - 261
votação e, 252
idade, conformidade, 127 - 128
agressão / violência, 201 - 249 . *Veja também* crueldade
aceitação de, 202
ato de, 202 , 215
verbal, 213
estímulos agressivos e, 227 - 228
álcool e, 216 - 217
anonimato e, 227
bonobo e, 204 - 205
espectadores e, 132
catarse e, 211 - 216
causas de, 216 - 225
do chimpanzé, 204
cultura e, 205 - 208
malha fechada, 205
em culturas de honra, 206 - 207
dança de ambiguidade, 237 - 238
definição de, 202
desindividuação e, 228
privação e, 224 - 225
desconforto e, 218
deslocado, 274 - 275
elementos de, 235 - 239
escalação e, 214 - 216
exclusão e, 220 - 222 , 227
expressão de, 205
feminino, 209 - 210
frustração e, 222 - 225 , 227 , 243
gênero e, 208 - 211

aquecimento global e, 219 - 220
calor e, 218 - 219
em comunidades pastoris, 206
homicídio, 202 , 206
esperança e, 225
hostilidade e, 214 , 219
humano, 206 - 207
fome e, 218
instinto e, 203
de pessoas iroquesas, 205
masculino, 206 , 208 , 210
por testosterona, 208 - 209
comunicação de massa e, 229 - 235
meditação e, 246 - 247
nobre selvagem, 203
em animais não humanos, 203 - 205
exagero e, 214 - 216
dor e, 218
responsabilidade pessoal e, 227 - 228
físico, 209 - 210
jogando videogame, 231 , 233 - 234
violento, 234
preconceito e, 274 - 275
colza e, 236 - 239
redução de, 239 - 247
modelos agressivos, 242
altruísmo e, 246
empatia e, 244 - 246
atenção plena e, 246 - 247
modelos não agressivos, 244
punição e, 239 - 242
recompensas e, 242 - 244

rejeição e, 220 - 222
relacional, 210 - 211
diferença de gênero em, 211
retaliação e, 214 - 216
scapegoating e, 274 - 275
auto-justificação e, 94 - 95
de agressão sexual, 235 - 239
exclusão social e, 220 - 222
aprendizagem social e, 226 - 229
provocando e, 220 - 222
televisão, 159 - 160 , 234
temperatura e, 219 - 220
tipos, 231
ação agressiva, 203
modelos agressivos, 242
estímulo agressivo, 227
agressão / violência e, 227 - 228
experimento em, 227
Epidemia de AIDS, dissonância cognitiva, 99 - 100
álcool, 190
agressão / violência e, 216 - 217
Argélia, 201 - 202
altruísmo, agressão / violência e, 246
ambiguidade
atribuições e, 279
beleza e, 313
conformidade e, 120 , 123 , 130
preconceito e, 279
American Cancer Society, 76
American Psychological Association, 239
amígdala
conformidade e, 122

preconceito e, 262
anagramas, 46 - 47
Analise isto , 212 - 214
raiva
eleições e, 166
emoções morais e, 185
persuasão e, 170
anonimato, agressão / violência e, 227
anti-semitismo. *Ver* judeus
aforismos, persuasão com, 171
desculpando-se, dissonância cognitiva, 105 - 106
Arapesh, 205
argumentos
escrutínio cuidadoso, 169 - 172
comunicação, 176 - 177
contra-argumentos, 197
unilateral *vs.* bilateral, 187 - 188
Aristóteles, 1 , 173
Experiência Aronson-Mills, 353 - 355
A primeira lei de Aronson, 8 - 9
arte, ciência e, 351 - 352
Asiáticos. *Veja também* chinês ; Japão
estereótipos de, 258
aspirina, 163
astrologia, 23
atletas, em publicidade, 175
bombas atômicas, 201
acessório
seguro, amor, 332 - 334
estilos, 333 - 334
teoria do amor, 333
atitudes, 154

mudança, 76 - 78 , 80 , 107
batota e, 76 - 77
conformidade e, 142
hipótese de contato e, 287 - 288
dissonância e, 73 , 101
apelos emocionais e, 183
medo e, 183
sistemas de crenças ideológicas e, 194
preconceitos implícitos e, 267 - 268 , 297
vs. opiniões, 153 - 154
persuasão e, 153 - 154
preconceito e, 271 - 272
similaridade em, 306 - 307
atração, 304
competência e, 309 - 310
teoria de perda de ganho e, 324 - 327
interpessoal, 324
pessoa segura e, 316 - 317
similaridade e, 307
atratividade. *Veja também* curtir ; amar
publicidade e, 164
competência e física, 308 - 309
tomada de decisão e, 67 - 68
dissonância e, 70
influência e, 178
gostando e, 303 - 305
comunicação de massa e, 178 - 179
opiniões e, 178 - 179
persuasão e, 170
físico, 310 - 314
proximidade e, 305
punição e, 82

recompensas e, 305
similaridade e, 178 , 311
atributos, gosto e, 307 - 315
ambigüidade atribucional, 280 - 281
atribuições. *Veja também o* erro fundamental de atribuição
beleza e, 311
disposicional, 37 , 342
estilo explicativo, 40
gostando e, 307 - 315
amor e, 346
situacional, 37 , 342
estereótipos e, 279 - 285
teoria, 37
público
discrepância, 188 - 193
e ouvintes, 195
comunicação de massa e, 193 - 196
mente, estado de espírito, 194 - 196
humor e mentalidade, 194 - 196
personalidade e política, 193 - 194
persuasão e, 193 - 196
autenticidade
intimidade e, 338 - 347
amor e, 337 - 338
memória autobiográfica, 53 - 54
efeito autocinético, 117
processamento automático, 25
heurísticas de disponibilidade, 48 - 49
A&W Root Beer, 164

B

Efeito Barnum, 23
árbitro de jogo de beisebol, 125

banho, 13 - 14
banheiros, 121
Bay of Pigs fiasco, 308 , 352
Beat Generation, 172
beleza
adolescentes e, 312
publicidade e, 312
ambigüidade e, 313
atribuições e, 311
viés, 312
filhos e, 312 - 313
Filmes da Disney e, 313
experimentos em, 313
gostando e, 310 - 315
poder, 313
propaganda em, 312
heurística de representatividade e, 48
autoconceito e, 43
profecia autorrealizável com, 313 - 314
similaridade de, 311
estereótipos de, 314
visual, 314
nas mulheres, 178
Behave: The Biology of Humans at Our Best and Worst (Sapolsky), 209
comportamento
de espectadores, 132 - 137
com tabagismo, 183
com conformidade, 140
conformidade, 123 - 124
loucura e, 8 - 11
meio ambiente e, 131
justificativa externa para, 76 - 77

medo e, 182
humano, 8 - 11
imoral, 73 - 76 , 86 - 88
punição e, 7
racionalidade / irracionalidade de, 64 - 66
auto-estima e, 86 - 88
estereótipos e, 258
componente comportamental, preconceito, 263 - 266
arroto, conformidade em, 123
crenças
dissonância cognitiva e, 60 - 64
contra-argumentos e, 197
informações e, 286
internalização de, 141 - 142
gostando e, 316
amor, 337
preconceito, 262 , 270 , 279
pertencer
conformidade e, 121 - 124
motivos sociais, 33
sexismo benevolente, 260
preconceitos. *Veja também* preconceito ; estereótipos
beleza, 312
ponto cego, 21
confirmação, 21 - 22
erro fundamental de atribuição, 38 - 39
negatividade, 23 - 25
pró-beleza, 313
Bíblia, homossexualidade e, 85
intolerância. *Ver* preconceito
compulsão alimentar, 129
Movimento Black Lives Matter, 35

negros. *Ver* afro-americanos

culpar

crueldade, 95 - 96

vítima

Judeus e, 284

grupos externos e, 285

preconceito e, 284 - 285

estupro e, 284

hipocrisia e, 284

Boneca Bobo, 229

bonobo, agressão / violência e, 204 - 205

Bósnia, 201

encefalopatia espongiforme bovina, 50

boxe, 232

Experiência de acampamento de escoteiros, 273

Rapazes. *Veja as* crianças ; Gênero sexual

cérebro

ponto cego de polarização, 21

viés de confirmação, 21 - 22

rede de modo padrão, 27

viés egocêntrico, 22 - 23

visão evolutiva, 20

fMRI, 28 - 29

formas de processamento, 25 - 26

grupos, 30 - 31

viés de negatividade, 23 - 25

neocórtex, 19

lavagem cerebral, 198

teoria das janelas quebradas, 131

Brown v. Board of Education , 252

Buffalo Bill Wild West Show, 301

assédio moral

internet e, 211
auto-estima e, 87 - 88
espectadores
agressão / violência e, 132
apatia, 137
comportamento de, 132 - 137
conformidade e, 132 - 137
difusão de responsabilidade e, 134
efeito, 134
meio ambiente e, 135
assassinato e, 132
bode expiatório e, 274
vítimas e, 132 - 137

C

Camelot, 308
acampamento, 135 - 137 , 273
pena de morte, comportamento de redução de dissonância e, 65
capitalismo, 16
Cartoon Network, 162
Casablanca , 69
Prendedor 22 (Heller), 146 - 147
categorização
grupos internos, 30 , 271 , 274 , 295 , 297
grupos externos, 30 , 32 , 262 , 274 , 276 , 285 , 295 - 297
cognição social, 256
estereótipos e, 256
catarse
agressão / violência e, 211 - 216
experiências em, 212 - 214
atribuições causais, 37
telefones celulares, 154 - 155
distração, 155 - 156

rota central para a persuasão, 170 - 172
Challenger , 113
penicos, 13 - 14
efeito camaleão, 114
Chicago envenenamentos, o contágio de mídia, 160 - 161
crianças
anunciando para, 162 - 163
agressão em, 205 , 211 , 222 , 224 , 226 , 229 , 242 - 243 , 245 , 358 - 359
beleza e, 312 - 313
bloomers, 41
quadrinhos e, 157
eficácia dos apelos de mídia, 162 - 163
contato de igualdade de status por, 289
frustração e, 222
grupo, 128 - 129
em salas de aula quebra-cabeças, 294 - 298
preconceito e, 4 , 174 , 286 - 288 , 295
punição, 80 - 83
televisão e, 4 , 163 , 229 , 231 , 358 - 359
violência e mídia, 229 - 232 , 234 - 235 , 240
chimpanzés, agressão / violência de, 204
chinês
bode expiatório de, 274
estereótipos de, 272
Cristãos, 276
fumar cigarro
comportamento com, 183
dissonância cognitiva e, 60 - 62
experimentos em, 197
medo e, 181
movimento pelos direitos civis, 267
mudança climática, 14

manto da ilusão de invisibilidade, 23

formação coligação, 30 de - 31 de

conhecimento. *Veja* a cognição social

componente cognitivo, preconceito, 255 - 261

categorização, 256

dissonância cognitiva, 60 - 64 , 241

publicidade e, 67

AIDS e, 100 - 101

desculpando-se, 105 - 106

crenças e, 60 - 64

trapaça, 73 - 74

tabagismo e, 60 - 62

preservativos e conservação, 99 - 101

crueldade, 91 - 96

cultos e, 101 - 102

tomada de decisão e, 66 - 71

comportamento de redução de dissonância, 64 - 66

esforço e, 88 - 91

eleições e, 63 - 64

Teoria original de Festinger, 84 - 85

fMRI e, 70

inevitabilidade e, 96 - 99

Invasão do Iraque e, 104

comportamento irracional, 64 - 66

Massacre de Jonestown, 101

lealdade e obediência, 102

motivação, 64

necessidade de, 106 - 107

exagero e, 215

perigos potenciais para reduzir, 102 - 103

aplicações práticas de, 99 - 102

punição e, 80 - 83

redução, 64 - 66 , 68 - 69 , 191
autoconceito e, 84 - 88
autoestima e, 86
fumar, 60 - 62
inconsciente e, 68 - 69
universo, 69 - 71
Guerra do Vietnã, 105
nas guerras, 103 - 104
WMDs, 104 - 105
estágio mundial, 102 - 105
avarentos cognitivos, 16 - 17 , 44 , 54 - 55 , 257
sociedades coletivistas, conformidade em, 120
Tiroteios em Columbine High School, 3 , 220 , 297
rejeição e, 220 - 222
histórias em quadrinhos, déficits de habilidades sociais, 157
comerciais
comunicação, 177
mídia, 162 - 163
comprometimento
conformidade e, 125 - 126
auto-estima e, 86 - 88
relacionamentos comunais, 327 - 328
comunicação. *Veja também* comunicação de massa
atratividade, 178
público. *Veja o* público
comerciais, 177
amor companheiro, 329 - 330
credibilidade, 172 - 178
dimensões, 179
discrepância, 188 - 193
dissonância, 191
argumento eficaz, 176 - 177

medo, 182
sentimentos e, 344 - 347
ilustração de fluoretação, 180 - 181
identidade, apela a, 187
imediatismo na, 343 - 344
intimidade e, 338 - 343
julgamento e, 344 - 347
apelos lógicos *vs.* emocionais, 179 - 184
emoções morais, 185
argumentos unilaterais *vs.* argumentos bilaterais, 187 - 188
Pravda , 173 - 174
propaganda e educação, 167 - 168
qualidade de vida, 175
auto-estima, 182
estatísticas *vs.* pessoais, 185 - 186
ameaças, 183 - 184
confiança, 175 - 176 , 178 - 179
amor companheiro, 329
competência
atração e, 309 - 310
experimentos em, 309
falibilidade e, 308 - 310
gostando e, 307 - 310
efeito de queda, 309 - 310
concorrência
educação e, 272 - 273
experimentos em, 273
hostilidade e, 290
preconceito e, 271 - 273
integração escolar e, 290
sobrevivência de mais apto e, 248 - 249
conformidade. *Veja também* conformidade

eficácia de, 140

obediência e, 142 - 149

punição e, 140 - 142

recompensas e, 140 - 142

preservativos, 99 - 101

viés de confirmação, 21 - 22 , 50 , 53

resolução de conflitos, amor e, 338

conformidade, 109 - 151 . *Veja também* conformidade ; não conformistas

responsabilidade e, 126

idade, 127 - 128

ambigüidade e, 123 , 130

Cultura americana, 110

amígdala e, 120

atitude e, 140

comportamento, 123 - 124

em arrotos, 123

pertencentes e, 121 - 124

biologia de, 114 - 115

espectadores e, 132 - 137

nas sociedades coletivistas, 120

compromisso e, 125 - 126

conformidade, 140

tomada de decisão, 111 - 112

definição de, 114

desvio e, 110

emoção e, 137 - 138

experimentos em, 111 , 125 - 126 , 364

fatores para aumentar ou diminuir, 124 - 129

bondade / maldade de, 110

grupos, 111 , 128 - 129

pressão e, 117

identificação, 140 - 141

em sociedades individualistas, 120
individualidade e, 110
influências em, 115 - 117
informações e, 121 - 124
internalização, 141 - 142
níveis de, 140 - 142
posições minoritárias, 150 - 151
neurônios-espelho, 115
motivos para, 121 - 124
mutualidade e, 135
Administradores da NASA, 113 - 114
obediência, 142 - 149
observação e, 123 - 124
ignorância pluralística, 137 - 139
preconceito e, 277 - 279
prestígio e prevalência de modelos, 124 - 125
papéis, 111
autoengano e, 112
auto-estima e segurança, 126 - 127
Experimentos clássicos de Sherif e Asch, 117 - 121
social
normas, 129 - 132
status e, 128
tendências e, 124
jogadores da equipe e, 110
tragédia com, 112
unanimidade e, 125
no encobrimento Watergate, 112
Funcionários da Casa Branca, 112 - 113
Parque Nacional de Yosemite, acampamento, 135 - 137
Conservação
preservativos e, 99 - 101

água, 101
conservadorismo, 194
conservadores, incerteza e, 194
constantes na pesquisa científica, 8
feedback construtivo, 344
previsões construtivas, 51 - 52
Relatórios do consumidor , 48
hipótese de contato, preconceito, 287 - 289
desprezo, casais, 339
contexto, julgamento social e, 41 - 47
efeitos de contraste, julgamento social e, 41 - 44
ao controle
vs. impacto, 361
experimento de laboratório, 357
motivos sociais, 34 - 35
processamento controlado, 25 - 26
sabedoria convencional, pesquisa científica e, 6
cooperação. *Veja* interdependência
estilos de enfrentamento, 98
envenenamentos por imitação, 161
contra-argumentos, crenças e, 197
A Country of Strangers (Shipler), 298
histórias de capa, 112
loucura, 8 - 11
credibilidade
publicidade e, 175
de afro-americanos, 175
comunicação, 172 - 178
comerciais, 177
argumento eficaz, 176 - 177
Pravda , 173 - 174
qualidade de vida, 175

confiança, 175 - 176 , 178 - 179
tamanho da discrepância e, 192 - 193
experimentos em, 174 - 175
delinquência juvenil e, 174
na comunicação de massa, 172 - 176
de cientistas, 145
Doença de Creutzfeldt-Jakob, 50
crime, erro fundamental de atribuição e, 3
crítica
desprezo, 339
defensividade, 339
hostil, 338
gostando e, 320
amor e, 336 - 337
casais, 338 - 339
auto-estima e, 87 - 88
parede de pedra, 339
crueldade
dehumanization, 94 - 95
implicações, 94
justificação de, 91 - 96 , 322
justiça e, 21
autoestima e, 93
profecia autorrealizável e, 95
auto-justificação e, 91 - 96
culpa da vítima, 95 - 96
Guerra do Vietnã, 92 , 94
cultos. *Veja também* Heaven's Gate
dissonância cognitiva e, 101 - 102
cultura
agressão / violência e, 205 - 208
conformidade, 110

e desumanização, 94
dissonância, 70 - 71
de honra, experimentos em, 206 - 208
e agressão masculina, 210
e música, 33
preconceito e, 253 , 271
cultura de estupro, 238
auto-justificação e, 70 - 71 , 276
sexo e, 236 , 238
Cyberbullying, 211

D

namorando. *Veja* curtindo ; amor romântico / parceiros
painéis da morte, 171
imposto sobre a morte, 171
interrogatório
procedimentos de experimentos de Milgram, 149
sessão no experimento, 371
engano em experimentos, 363 - 364 , 367
tomando uma decisão
responsabilidade e, 126
publicidade e, 67
atratividade e, 67 - 68
dissonância cognitiva e, 66 - 71
conformidade, 111 - 112
nas democracias, 160
pensamento de grupo e, 113
heurísticas e, 50 - 51
comportamento imoral e, 73 - 76
pela NASA, 113
persuasão e, 170
parceiros românticos e, 68
auto-justificação e, 66 - 71

iscas, 42
rede de modo padrão, 27
defensividade, casais, 339
desumanização, 94
desindividuação, 228
democracias, tomada de decisão em, 160
democratas, 31
variáveis dependentes em experimentos, 355
privação
agressão / violência e, 224 - 225
parente, 224
normas descritivas, 129
dessegregação. *Veja também* integração escolar
diversidade e, 298
método quebra-cabeças e, 299
dessensibilização, 24
Motins de Detroit, 225
desvio, 111
conformidade e, 110
pessoa desviante, conformidade, 111
difusão de responsabilidade, 134
desacordo
experimentos em, 189
opiniões e, 189
desconforto, agressão / violência e, 218
tamanho da discrepância
credibilidade e, 192 - 193
experimentos sobre, 189 - 193
comunicação de massa e, 188 - 193
persuasão e, 188 - 193
discriminação, 263 - 266 . *Veja também* preconceito
gênero, 265 - 266

racial e étnico, 264 - 265
peso, 263
Disney Channel, 162
Filmes da Disney, beleza e, 312
agressão deslocada, 274 - 275
em direção a espectadores, 274
disposicional
atribuições, 37 , 342
vista, 9
disposicionalismo, 9
dissonância. *Veja* dissonância cognitiva
discurso desagradável, 198 - 199
distração, mídia, 155 - 156
diversidade
dessegregação e, 298
preconceito e, 298 - 299
Placa “Dirija com Cuidado”, 75
abuso de drogas, maconha e, 167

E

EF Hutton, 177
sismos, 97 - 98
competição econômica, preconceito e, 271 - 273
Educação. *Veja também* integração escolar
concorrência e, 272 - 273
definição de, 167
propaganda e, 167 - 169
eficácia, comunicação, 176 - 177 , 179
esforço
dissonância cognitiva e, 88 - 91
justificativa de, 88 - 91
viés egocêntrico, 22 - 23
idosos, estereótipos de, 268 , 283

eleições
publicidade e, 165
raiva e, 166
dissonância cognitiva e, 63 - 64
sinceridade em, 2
televisão e, 165
estereótipo incorporado, 259
emoção
apela para, 179 - 184
conformidade e, 137 - 138
comunicação de massa e, 179 - 185
mulheres e, 282
trabalho, 137
componente emocional, preconceito, 261 - 263
contágio emocional, comunicação em massa e, 160 - 162
empatia
agressão / violência e, 244 - 246
construção, 244 - 245
experimentos em, 245 - 246
em grupos, 296
preconceito e, 296 - 298
emprego
preconceito em, 265
mulheres e, 281
conservação de energia, avarentos cognitivos e, 16
entretenimento, televisão como, 158 - 159
armadilha, 75 - 76
ambiente
comportamento e, 131
espectadores e, 135
ataque epiléptico, experimentos com, 134
Lei de Igualdade Salarial, 266

Eros, 203
escalada, agressão / violência e, 214 - 216
imposto de propriedade, 171
ética
de experimentos, 367 - 372
Experimento Milgram, 148 - 149
limpeza étnica, 201
discriminação étnica, preconceito, 264 - 265
estereótipos étnicos, 257 - 258
relações de troca, 327 - 328
exclusão. *Veja* exclusão social
existencialismo, 60
método experimental, 8
experimentos
sobre responsabilidade, 126
no estímulo agressivo, 227
sobre altruísmo, 246
Aronson-Mills, 353 - 355
na beleza, 313
no acampamento de escoteiros, 273
na purificação, 212 - 214
sobre o tabagismo, 197
nas relações comunitárias, 328
na competência, 309
na competição, 273
em viés de confirmação, 21 de - 22 de
em conformidade, 111 , 125 - 126 , 364
controle *vs.* impacto em, 361
na credibilidade, 174 - 175
sobre cultura de honra, 206 - 208
debriefing, 149 , 371
dívida para com os participantes, 372

decepção em, 363 - 365 , 367
variáveis dependentes em, 355
em desacordo, 189
tamanho da discrepância e, 189 - 193
no comportamento de redução da dissonância, 64 - 66
na empatia, 245 - 246
sobre emprego e beleza, 313
com crise epiléptica, 134
problemas éticos, 367 - 372
ética de, 367 - 372
em favores, 323 - 324
em frustração, 222 - 224
no erro fundamental de atribuição, 38
na teoria de ganho-perda, 324 - 325
gafanhoto, 79 - 80 , 83
variáveis independentes em, 354 - 355
iniciação, 354 , 359 - 360
no efeito de inoculação, 197
na interdependência, 290
em irrevocabilidade, 71 - 72
sobre delinquência juvenil, 189
laboratório, 356
em gostar, 308 - 309
em jogar lixo, 130 - 131
Milgram. *Veja o* experimento Milgram
uso indevido de descobertas, 372 - 373
sobre obediência, 147 , 369 - 370
na obesidade, 270
no exagero, 214
em elogios, 321
no preconceito, 262 - 263 , 269
finalidade de, 355 - 357

sobre discriminação racial, 265
atribuição aleatória em, 357 - 360
realismo em, 361 - 363
na rejeição, 220 - 221
no relacionamento, 327 - 328
replicação em, 365 - 367
em retaliação, 314 - 315
sobre auto-estima, 316
Clássico de Sherif e Asch, 117 - 121
com gerador de choque, 143 - 144
sobre dilemas sociais, 367 - 368
especulação e, 352 - 357
com discursos, 352 - 357
sobre speed-dating, 183 - 184
no estereótipo, 259
ameaça, 282 - 283
na temperatura, 219
incerteza e, 136
com mulher em perigo, 133
estilo explicativo, atribuições, 40
justificação externa, 76 , 79 - 83
abundância de, 83 - 84
para comportamento, 76 - 77
natureza de, 79 - 80
visão situacional e, 76
extrovertidos, 21 - 22
estereótipos e, 282

F

notícias falsas, 171 . *Veja também as* notícias
falibilidade, competência e, 308 - 310
familiaridade, mídia, 164 - 165
favores

experimentos em, 323 - 324
gostando e, 320 - 324
recompensas e, 322
auto-justificação e, 322
situações e, 322
medo
atitudes e, 183
comportamento e, 182
tabagismo e, 181
do aquecimento global, 99
na comunicação de massa, 181
auto-estima e, 182
auto-justificação e, 58 - 59
apelos que despertam o medo, 183 - 184
feedback, construtivo, 344
sentimentos, comunicação e, 344 - 348
Teoria original de Festinger, 84 - 85
vírus da gripe, ameaças, 184
fluoretação, 180
fMRI. *Veja* ressonância magnética funcional (fMRI)
técnica do pé na porta, 76
Freedonia, 123
gafanhotos fritos, 79 - 80
frustração
Afro-americanos e, 225
agressão / violência e, 222 - 225 , 227 , 243
filhos e, 222
privação e, 224
experimentos em, 222 - 224
pobreza e, 224
ressonância magnética funcional (fMRI), 28 - 29 , 120
Experimentos clássicos de Asch, 120

erro fundamental de atribuição, 38 - 39

G

teoria de ganho-perda

atração e, 324 - 327

experimento em, 324 - 325

gostando e, 324 - 327

como técnica de sedução, 326

respostas galvânicas da pele, 79

jogadores, irrevogabilidade e, 71

jogo de azar, auto-estima, 87

The Game (Strauss), 326

gays. *Veja a* homossexualidade

Gênero sexual

diferença, agressão / violência e, 208 - 211

preconceito e, 265 - 266

estereótipo, 259 - 260

Gideon v. Wainwright , 240

garotas. *Veja as* crianças ; Gênero sexual

aquecimento global, 14 , 183 - 184

agressão / violência e, 219 - 220

dissonância cognitiva e, 98 - 99

apelos que despertam o medo, 183

medo de, 99

ameaças, 184

bom-old-tio-Harry-e-tia-Harriet fenômeno, 140 - 141

fofoca, 26

governo, resgates por, 166

Grand Theft Auto , 230 , 232

experimento gafanhoto, 79 - 80 , 83

“A maior felicidade para o maior número”, 16

grupos

conformidade, 111 , 128 - 129

empatia em, 296
viés interno do grupo, 271
interdependência de, 290 - 291
mente, 30 - 31
outgroups, culpando a vítima e, 285
pressão
conformidade e, 114 , 125 , 128 - 129
autoestima e, 126 - 127
pensamento de grupo, 113 , 120 , 124 , 128
código mental construtivo, 44
As viagens de Gulliver (Swift), 42
“Armas não matam pessoas, pessoas sim”, 227
sentimentos viscerais, preconceito, 261 - 263
H
divagação mental habitual, 247
efeito halo, 50
faminto, 218
felicidade
cálculo, 15 - 16
“A maior felicidade para o maior número”, 16
The Happiness Hypothesis (Haidt), 329
punição severa / severa, 80 , 82 , 84
ódio
amor e, 325
preconceito e, 261 - 263
negócio de remédios para dor de cabeça, 163
calor, agressão / violência e, 218 - 219
Portão do Paraíso, 63 , 101
heurísticas, 47 - 51
afeto, 49 - 50
disponibilidade, 48 - 49
condições, 50 - 51

tomada de decisão e, 50 - 51
representatividade, 47 - 48
viés retrospectivo, 7
Bombardeio de Hiroshima, 201
Holocausto, 201
homicídio. *Ver* assassinato
homossexualidade, 172 - 173
Bíblia e, 85 - 86
dissonância cognitiva e, 76
esperança, agressão / violência e, 225
hostil
viés de atribuição, 234
crítica de casais, 338
sexismo, 260
hostilidade
agressão / violência e, 214 , 219
competição e, 290
Como fazer amigos e influenciar pessoas (Carnegie), 303
“Uivo” (Ginsberg), 172
humano
agressão / violência, 206 - 207
comportamento, 8 - 11
visão disposicional, 9
visão evolutiva, 20
natureza, 247 - 249
visão situacional, 10 - 11
universais, 20
fome, 79
agressão / violência e, 218
Hurons, 205
furacões, 183
apelos que despertam o medo, 183

hipnose, 57 - 58

hipocrisia, 100 - 101

eu

“Eu perdi 18 quilos com Jenny Craig,” 186

IAT. *Consulte* Teste de Associação Implícita (IAT)

identificação

atitudes e, 140

conformidade, 140 - 141

opiniões e, 140

ignorância. *Veja* ignorância pluralística, conformidade

imediatismo, na comunicação, 343

comportamento imoral

tomada de decisão e, 73 - 76

auto-estima e, 86 - 88

Teste de associação implícita (IAT), 267 - 269

viés implícito de preconceito, 267 - 269

e comportamento, 269 - 270

teoria implícita de amor, 330 - 332

Uma verdade inconveniente , 183

variáveis independentes em experimentos, 354

sociedades individualistas, conformidade em, 69

encanamento interno, 13 - 14

Revolução Industrial, 69

inevitabilidade

dissonância cognitiva e, 80 - 86

desenfatizando, 97

aquecimento global, 98 - 99

situação de vida, 98

descrições de personalidade, 97

auto-justificação e, 80 - 86

influência. *Veja também* influência social

atratividade e, 178

por notícias, 161
infomerciais, 43
em formação
para comportamento, 234
crenças e, 286
conformidade e, 121 , 124
ingroup, 30
polarização, 30 , 271 , 297
técnica de quebra-cabeças, 295 , 297
experimento de iniciação, 354 , 359 - 360
normas injuntivas, 129
efeito de inoculação, 197
apego inseguro, 333
insegurança, amor e, 339 - 340
justificativa insuficiente
mudança de atitude, 76 - 78
justificação externa, 79 - 83
experimento com gafanhoto, 83
fome e sede, 78 - 79
Experimento Mills, 83 - 84
punição, 80 - 83
auto-persuasão, 78
interações, significativas, 19
interdependência
diversidade e, 298
na educação, 292 - 293
empatia e, 244 - 246
experimentos em, 290
redução do preconceito em, 290 - 298
justificação interno, 76 - 77
internalização
conformidade, 141 - 142

influência social e, 141
bullying na internet, 211
atração interpessoal, 324
intimidade, 141
autenticidade, comunicação e, 338 - 347
amor e, 336
iPad, distração, 155
iPhone, 154
distração, 155 - 156
Invasão do Iraque
auto-justificação e, 105
televisão e, 160
comportamento irracional, dissonância cognitiva, 64 - 66
irrevocabilidade, 71 - 76
trapaça, 73 - 74
experimentos ativados , 71 - 72
lowballing, 72 - 73
Experiência de Mills, 74 - 75
fotografia, 72
pista de corrida, 71
ISIS, 5 - 6
Ítalo-americanos, 286

J

Japão
dissonância em, 71
scapegoating em, 274 - 275
jaywalking, 124
O judeu de Malta , 277 - 278
judeus
preconceito contra, 277 , 287
bode expiatório de, 274
estereótipos de, 261 - 262 , 278

culpa da vítima e, 284

método quebra-cabeças, 292 - 298

Jonestown, Guiana, 101 , 105

Massacre de Jonestown, dissonância cognitiva, 101

julgamentos. *Veja* o julgamento social

justificação. *Veja também* justificação externa ; auto-justificação

de crueldade, 91 - 96 , 322

de esforço, 88 - 91

externo, 76

insuficiente, 76 - 84

interno, 76 - 77

delinquência juvenil, 174

K

Tiroteios na Kent State University, 92

exagero e, 214 - 215

gatinho, 203

Guerra da Coréia, 201

eu

experimento de laboratório, 356

controle, 357

Latinos

auto-justificação e, 94

estereótipos e, 283

latitude de aceitação, 189

detergente para a roupa, 164

Lepchas, 205

lésbicas, 253 , 263 , 288

Leviathan (Hobbes), 203

Movimento LGBTQ, 263

liberais, 31

gostar, 301 - 347 . *Veja também* amor romântico / parceiros

entre os grupos de solução de problemas, 308

atitude e, 307

atração e, 304

atratividade e, 303 - 305

atributos e, 307 - 315

beleza e, 310 - 315

sendo gostado, 315 - 318

crenças e, 316

competência e, 308 - 310

crítica e, 320 - 321

distância e, 306

experimento em, 308 - 309

favores e, 320 - 324

teoria de perda de ganho e, 324 - 327

paradoxo de escolha e, 305 , 318 - 320

perfeição e, 318

atributos pessoais e, 307 - 315

atratividade física e, 310 - 315

elogio e, 320 - 324

proximidade e, 305 - 306

motivo para, 303 - 304

relacionamentos e, 304 - 305

recompensa e, 321 - 322

profecia autorrealizável e, 313

similaridade e, 306 - 307

ouvintes, 195

lixo, 130 - 131

morando solteiro, 303

apelos lógicos na persuasão, 179 - 184

“O longo e quente verão de 1967”, 219

aversão à perda, 24

loteria, 87

amor, 329 - 338 . *Veja também* amor romântico / parceiros

teoria do apego de, 333
processo de atribuição e, 346
autenticidade e, 337 - 338
crença, 337
comunicação e, 343 - 344
companheiro, 329
elogios e, 335
resolução de conflitos e, 338
crítica e, 336 - 337
definição de, 329 - 330
sentimentos *vs.* julgamentos, 344 - 347
e ódio, 325
feedback imediato e, 343 - 344
teorias implícitas, 330 - 332
insegurança e, 339 - 340
intimidade e, 336
apaixonado, 329
dilema do porco-espinho, 334 - 338
anexo seguro e, 332 - 334
similaridade e, 306 - 307
conversa franca e, 342
lowballing, 72 - 73
Lucky Charms, 48
linchamentos, 228

M

malária, 183
maconha
abuso de drogas e, 167
alunos do ensino médio e, 141
casamento, atribuições em, 342 - 343
comunicação em massa. *Veja também* publicidade ; notícias ; televisão
agressão / violência e, 229 - 235

atratividade e, 178 - 179
público e, 193 - 196
evidência estatística consensual *vs.* exemplo pessoal vívido em, 92 - 93
credibilidade em, 172 - 178
tamanho da discrepância e, 188 - 193
eficácia de, 162 - 167 , 172 - 196
características do público e, 193 - 196
conteúdo de comunicação e, 179 - 193
fonte de comunicação e, 172 - 179
efeitos, 232 - 235
emocional
recursos em, 179 - 184
contágio e, 160 - 162
medo em, 181
informação por, 160
recursos lógicos em, 179 - 184
natureza de, 179 - 193
argumentos unilaterais *vs.* dois lados em, 187 - 188
persuasão e, 153 - 199
propaganda e, 153 - 199
fonte de, 172 - 179
matéria, motivos sociais, 35
interações significativas, 19
meios de comunicação. *Veja também* televisão
anúncio, 163 - 164
Eleições americanas, 165 - 167
comerciais, 162 - 163
contágio
Envenenamentos Chicago, 160 - 161
suicídios, 161 - 162
distração, 155 - 156
familiaridade, 164 - 165

persuasão. *Veja a* persuasão

anúncios de ataque político, 165 - 166

preconceito, 286

eventos sensacionais, 161 - 162

déficits de habilidades sociais, 156 - 158

estereotipagem, 259 , 264 , 287

tecnologia, 155

versatilidade, 155

meditação, agressão / violência e, 246 - 247

memória

autobiográfico, 53 - 54

coerência de, 54

distorção de, 53 , 91

falsa memória, 54

reconstrutivo, 52 - 53

O Mercador de Veneza , 277 - 278

metáforas, 17 - 18

Mexicano, 272

punição leve, 81 - 82

Experimento Milgram

desempenho acadêmico, 147 - 148

figura de autoridade, 145 - 146

A sensibilidade de Dunbar, 146 - 147

problemas éticos, 148 - 149

implicações e limitações, 144 - 148

Guerra do Iraque, 145

Gerador de choque, 142 - 144

Experiência de Mills, 74 - 75

mente, público, 194 - 196

divagando, 247

guardas mentais, 120 - 121

Estudo Longitudinal de Minnesota de Risco e Adaptação, 333

minorias
posição de conformidade, 150 - 151
minoria modelo, 258
preconceito e, 252 , 271 , 288
alunos, 41 , 280 - 281 , 284 , 289 , 307 , 366
neurônios-espelho, 115
mobs, 228
pessoa modal, conformidade, 111
macacos, 122 , 218 , 223 - 224
humor, persuasão e, 195
emoções morais, comunicação, 185
Mortal Kombat e *Grand Theft Auto* , 230
motivação, conformidade, 121 - 124
motivos. *Veja* os motivos sociais
MSNBC, 162 , 168
realismo mundano, 362
assassinato
agressão / violência e, 202 , 206
espectadores e, 132
julgamento
persuasão em, 170
na televisão, 159
música, motivos sociais, 33 - 34
interdependência mútua. *Veja* interdependência
mutualidade, conformidade e, 135

N

Bombardeio de Nagasaki, 201
realismo ingênuo, 21
cientistas ingênuos, 37
narcisismo, autoestima e, 88
NASA. *Consulte* National Aeronautics and Space Administration (NASA)
Administração Nacional de Aeronáutica e Espaço (NASA)

conformidade, 113 - 114
tomada de decisão por, 113
The Nature of Prejudice (Allport), 261
Nazistas, 29 , 373
estereótipo negativo, 260 , 264 , 282 - 283
viés de negatividade, 23 - 25
negging, 326
neocórtex, 19
The New Jim Crow: Encarceramento em massa na era do daltonismo (Alexander), 265
Cidade de Nova York, 136 , 265 , 306
New York Times (conformidade), 132 - 133
notícias
processo de filtragem, 168
persuasão e, 158 - 160
propaganda, 168 - 169
sanções contra, 120
sensacionalista por, 161
fontes de informação, 168
24 horas, 162
Nickelodeon, 162 - 163
Nike, 175
“No Child Left Behind,” 147
nobre selvagem, 203
comportamento não agressivo, 241
modelos não agressivos, 244
não conformistas, 158 - 160
nobre selvagem, agressão / violência, 203
animais não humanos, agressão / violência em, 203 - 205
não intervenção, conformidade e, 133
normativo, conformidade, 121
normas. *Veja* as normas sociais, conformidade e
Coreia do Norte, 36 , 86 , 201 , 210

Northwestern Mutual Life Insurance Company, 164

nudez, 13

O

obediência

conformidade e, 142 - 149

experimentos em, 147 , 369 - 370

Experimento Milgram, 144 - 149

obesidade

experimentos em, 270

preconceito e, 270

política objetiva, 31

observação, método científico, 351

Guarda Nacional de Ohio, 3 , 215

OJ: Fabricado na América , 170

100 por cento natural de granola, 48

argumentos unilaterais *vs.* argumentos bilaterais, na comunicação de massa, 187 - 188

bullying online, 211

opiniões, 153 - 154

sobre a veracidade da publicidade, 163

atratividade e, 178 - 179

conformidade e, 114 , 142 , 150

liberdade e, 197

identificação e, 140

persuasão e, 158 - 160

similaridade em, 306 - 307

otimismo com pensamento de grupo, 113

outgroups, culpando a vítima e, 285

exagero

dissonância e, 215

experimentos em, 214

Tiroteios na Kent State University e, 92

retaliação e, 214 - 216

P

dor

agressão / violência e, 218

aprendizagem social e, 226

paradoxo de escolha, gosto e, 305 , 318 - 320

amor apaixonado, 329

patriotismo, 160

The People v. OJ Simpson: American Crime Story , 170

rota periférica para a persuasão, 169 - 172

atributos pessoais, gosto e, 307 - 315

responsabilidade pessoal, agressão / violência e, 227 - 228

testes de personalidade, 9 - 10 , 87 , 311

traços de personalidade, público, 193 - 194

convicção, 153 , 158 - 162 . *Veja também* propaganda

eventos de ação, 159

publicidade e, 158

Affordable Care Act, 171

com aforismos, 171

atitude e, 153 - 154

atratividade e, 170

público e, 193 - 196

rota central para, 169 - 172

central / perifericamente, 170

comerciais, 162 - 163

tamanho da discrepância e, 188 - 193

eficácia de, 172

apelos emocionais em, 179 - 184

medo e, 181

recursos lógicos em, 179 - 184

contágio mídia, 160 - 162

humor e, 195

no julgamento de assassinato, 170

notícias e, 158 - 159
argumentos unilaterais *vs.* dois lados em, 187 - 188
rota periférica para, 169 - 172
traço de personalidade, 193
relevância e, 169
palavras certas, escolhendo, 171
exemplo estatístico *vs.* pessoal em, 185 - 186
eventos violentos, 159 - 160
telefones. *Veja* telefones celulares
agressão física, 209 - 210
atratividade física. *Ver* beleza
realidade física, incerteza em, 121
encanamento, 13
ignorância pluralística, conformidade, 137 - 139
Americanos poloneses, 286
política. *Veja também* democratas ; eleições ; liberais ; Republicanos
público, 194
competição e, 271 - 273
persuasão em, 171
preconceito e, 271 - 273
estereótipo pop-psicológico, 260
dilema do porco-espinho, amor, 334 - 338
estereótipo positivo, 258 - 260
pobreza
frustração e, 224
erro fundamental de atribuição e, 38 - 39
poder de predição, 7
elogio
gostando e, 320 - 324
segundas intenções e, 322
efeito de queda, 309 - 310
Pravda , 173 - 174

predição. *Veja também* viés retrospectivo ; profecia auto-realizável

construtivo, 51 - 52

potência de, 7

preconceito, 251 - 299

agressão / violência e, 274 - 275

ambigüidade e, 279

Americano, no noticiário, 254

anti-gordura, 270

atribuições, 279 - 285

ambigüidade, 280 - 281

componente comportamental, 263 - 266

crenças e, 262 , 270 , 279

intolerância e, 255

culpar as vítimas e, 284 - 285

categorização e, 256

causa de, 270 - 279

filhos, 287

componente cognitivo, 255 - 261

competição e, 271 - 273

conformidade e, 277 - 279

hipótese de contacto, 287 - 289

cultura e, 271

definição, 252 , 255

discriminação e, 263 - 266

gênero, 265 - 266

racial e étnico, 264 - 265

peso, 263

diversidade e, 298 - 299

competição econômica, 271 - 273

componente emocional, 261 - 263

empatia e, 296

experimento em, 262 - 263 , 269

problema fundamental de, 261
sentimentos viscerais de, 261 - 263
ódios e, 261 - 263
hostilidade e, 290
preconceitos implícitos, 267 - 269
e comportamento, 269 - 270
ingroups e, 270 - 271
Judeus, 262
sala de aula quebra-cabeças, 292 - 298
fadiga mental e, 269
visão geral, 252 - 255
política e, 271 - 273
redução através de
contato e familiaridade, 285 - 289
cooperação e interdependência, 290 - 298
teoria bode expiatório, 274 - 275
autoconceito e, 276
autoestima e, 276
profecia autorrealizável e, 281 - 282
auto-imagem e, 276
sexismo e, 260
status social e, 276
estereótipos e, 255 - 261 , 279 - 285 , 295
ameaça, 282 - 284
inconsciente, 266 - 270
por IAT, 267 - 269
contra mulheres, 260 - 261
eleições presidenciais. *Ver* eleições
prestígio e prevalência de modelos, conformidade, 124 - 125
efeito de primazia, 45 - 47
priming, julgamentos sociais, 44 - 45
Princeton-Dartmouth jogo de futebol, 31 - 32

prisioneiros, licenças para, 166
preconceito pró-beleza, 313
Perfis na coragem (Kennedy), 110
propaganda
na beleza, 312
definição de, 167
educação e, 167 - 169
comunicação de massa e, 153 - 199
proximidade
gostando e, 305 - 306
casamento e, 305
psicopata, autoconceito, 86
psicose, 10
habitação pública, contato de igualdade de condições e, 287
punição
para agressão / violência, 239 - 242
atratividade e, 82
comportamento e, 7
conformidade e, 140 - 142
identificação e, 141
insuficiência de, 80 - 83
agressividade, 81
experimento com gafanhoto, 83
leve *vs.* grave, 80 - 84
Experimento Mills, 83 - 84
ameaças de, 80 - 81
Q
show de perguntas, 38
R
RJ Reynolds Tobacco Company, 177
raça. *Veja também* afro-americanos ; Asiáticos ; dessegregação
discriminação racial, 264 - 265

Afro-americanos, 264
experimento em, 265
calúnias raciais, 278
atribuição aleatória no experimento, 357 - 360
colza, 235 - 236 , 238
racionalidade / irracionalidade, comportamento, 64 - 66
ratos, 48 , 203 - 204
teoria reactance, 196 - 197
realismo
experimental, 361 - 363
mundano, 362
tranquilização, 67
reincidência, 240
memória reconstrutiva, 52 - 53
grupos de referência, 128
rejeição, 5
agressão / violência e, 220 - 222
Tiroteios em Columbine High School e, 220
experimento ativado , 220 - 221
agressão relacional, 210 - 211
diferença de gênero em, 211
relação
autêntico, 337
comunal, 327 - 328
câmbio, 327 - 328
experimento em, 327 - 328
gostando e, 304 - 305
privação relativa, 224 - 225
relevância, persuasão e, 169
replicação no experimento, 365 - 367
heurística de representatividade, 47 - 48
Republicanos, 194

responsabilidade, agressão / violência e, 227 - 228
retaliação, agressão / violência e, 214 - 216
recompensas
agressão / violência e, 242 - 244
atratividade e, 305
conformidade e, 140 - 142
favores e, 322
identificação e, 141
justiça
crueldade e, 21
internalização e, 141
similaridade e, 307
amor romântico / parceiros, 329 - 330
tomada de decisão e, 105
Ruanda, 201

S

Paradigma “dizer para acreditar”, 77
bode expiatório, 274
agressão / violência e, 274 - 275
dos chineses, 274
de judeus, 274
preconceito e, 274 - 275
em direção a espectadores, 274
esquemas
julgamentos sociais, 44
priming, 44 - 45
Lista de Schindler , 3 , 5
integração escolar, 286
competição e, 290
autoestima e, 289
Ciência. *Veja também* experimentos
arte e, 351 - 352

psicologia social como, 349 - 373
método científico, 350 - 352
cientistas
tabagismo e, 60
credibilidade de, 172 - 178
ingênuo, 37
apego seguro, amor e, 332 - 334
segurança, conformidade, 126 - 127
segregação. *Veja também* dessegregação
corrida e, 277
autoconceito, 85 - 86
beleza e, 310
autoengano, 63
conformidade e, 112
auto-estima, 86 - 88
Afro-americanos e, 87 , 289
dissonância cognitiva e, 86
compromisso e, 86 - 88
comunicação, 182
conformidade, 126
crítica e, 87
efeitos de dissonância, 88
experimentos em, 316
gambling jogo, 86 - 87
alto, 87 - 88
persuasão e, 195
preconceito e, 276
psicopatas, 86
de oradores da turma, 43
profecia autorrealizável, 43 , 313 - 314
gostando e, 43 , 315
preconceito e, 281 - 282

auto-imagem. *Veja o* autoconceito

auto-justificação, 57 - 107

Afro-americanos e, 94 - 95

agressão / violência e, 94 - 95

mudança de atitude, 76 - 78

dissonância cognitiva, 60 - 64

crueldade e, 91 - 96

cultura e, 69

tomada de decisão e, 66 - 71

desconforto e, 64 - 66

justificação externa, 79 - 83

favores e, 322

fraternidade, 88 - 89

experimento com gafanhoto, 83

fome e sede, 78 - 79

inevitabilidade e, 96 - 99

irrevocabilidade, 71 - 76

justificação do esforço, 88 - 91

Experimento Mills, 83 - 84

erros, aprendendo com, 106 - 107

punição. *Veja* punição, insuficiência de

Guerra do Vietnã e, 105

auto-persuasão, 372

hipocrisia, culpa da vítima e, 284

eventos sensacionais, mídia, 161 - 162

sensacionalista, por notícias, 161

11 de setembro de 202

sexismo, 260

agressão sexual, agressão / violência e, 235 - 239

roteiros sexuais, 236 - 239

Gerador de choque, 143

semelhança

atitude, 306 - 307
atratividade e, 311
gostando e, 306 - 307
amor e, 329
justiça e, 307
atribuição situacional, 37 , 342
visão situacional
justificativa externa e, 76
estereótipos e, 283
controles deslizantes, 111
smartphone, 154 - 155
distração, 155 - 156
fumar. *Veja* fumar cigarros
cognição social, 13 - 55
memória autobiográfica, 53 - 54
enviesamentos, 36 - 41
avarentos cognitivos, 16 - 17
contexto e, 41 - 47
encanamento interno, 13 - 14
heurísticas de julgamento e, 47 - 51
teoria de aprendizagem, 226 , 229 , 235 , 246
metáforas, 17 - 18
princípio de, 41
memória reconstrutiva e, 51 - 52
julgamento social, 41 - 42
estereótipos e, 44 , 255 - 261
teoria da aprendizagem social cognitiva, 226 , 235
desindividuação, 228
poder de imitação, 229
efeito de armas, 227
comparação social, 43
exclusão social

agressão / violência e, 220 - 222 , 227
dessegregação e, 299
gostando e, 316 - 317
teoria da identidade social, 29
influência social, 5 - 6
conformidade e, 140
conformidade e, 123
identificação e, 140
internalização e, 141
julgamento social
comunicação e, 344 - 347
contexto e, 41 - 47
efeitos de contraste e, 41 - 44
efeito de primazia e, 45 - 47
preparação e, 44 - 45
pontos de referência e, 42 - 44
esquemas, 44
aprendizagem social, 115
e agressão / violência, 226 - 229
motivos sociais
preciso, 34
pertencer, 33
assunto, 35
música, 33 - 34
necessidade de controle, 34 - 35
confiança, 35 - 36
normas sociais, conformidade e, 129 - 132
psicologia social, 349 - 373
arte e ciência, 351 - 352
comportamento, humano, 8 - 11
definido, 5 - 8
visão disposicional, 9

experimentação em, 360 - 365
influência, 6
ISIS, 5 - 6
rejeição, 5
como ciência, 349 - 373
especulação a experimentação, 352 - 357
déficits de habilidades sociais, mídia, 156 - 158
status social
conformidade e, 120
preconceito e, 276
mulheres e, 276
África do Sul, 225
preconceito em, 277
União Soviética, 173
speed-dating, experimentos on, 183 - 184
limites de velocidade, recursos com, 183
teoria espiritual da doença, 14
efeito de destaque, 22
“A roda que range pega a graxa”, 120
status. *Ver* status social
estereótipos
desempenho acadêmico e, 282 - 283
precisão de, 257
de afro-americanos, 4 , 255 - 261
Asiáticos e, 258
atribuições e, 279 - 285
da beleza, 314
Chinês e, 272
lado escuro de, 258 - 259
definição, 256
incorporado, 259
função de economia de energia, 257

étnico, 257 - 258
experimento em, 259
gênero, 259 - 260 , 280 , 302
natureza humana para, 370
Judeus e, 261 , 278
Latinos e, 283
negativo, 260 , 264 , 282 - 283
pop-psych, 260
positivo, 258 - 260
preconceito e, 255 - 261
profecias autorrealizáveis, 281 - 282
esquemas, 44
status social e, 276
ameaça, 282 - 284
mulheres, 260
Stonewalling, casais, 339
conversa franca, 342
Sudão, 201 - 202
justificativa suficiente, 83
questionamento sugestivo, 53
suicídio. *Veja também* Heaven's Gate
por adolescentes, 161
televisão e, 161
sobrevivência do mais apto, competição e, 248
gripe suína, 184
justificativa do sistema, 95

T

auto-estima específica da tarefa, 126 - 127
insultos, agressão / violência e, 220 - 222
tecnologia, 155
déficits de habilidades sociais, 157 - 158
adolescentes

fumar cigarros por, 60
suicídio de, 161
“Por que os adolescentes não deveriam ter permissão para dirigir”, 195
televisão. *Veja também* mídia
eventos de ação, 159
agressão e violência na mídia, 229 - 235
comédias, conformidade, 115 - 117
eleições e, 165
exposição, 164
Invasão do Iraque e, 160
suicídio e, 161
violência em, 165 , 229 - 235 , 358 - 359
eventos violentos, 159 - 160
testosterona, 90
injeções de tétano, 183
Thanatos, 203
“Esses resultados podem não se aplicar a todos”, 186
Efeito “think-drink”, 217
ameaças, comunicação, 183 - 184
pontos de inflexão, 124
To Kill a Mockingbird (Lee), 228
recompensa trans-situacional, 322
tribos, 30
Confiar em
comunicação, 175 - 176 , 178 - 179
motivos sociais, 35 - 36
veracidade
em publicidade, 163
de memória, 53
Destruição das torres gêmeas, mídia, 160
Envenenamentos Tylenol, 160 - 162
você

Uganda, 225
erro de atribuição final, 279
emergências inequívocas, conformidade, 137
unanimidade, conformidade, 125
inconsciente
comportamento de redução de dissonância e, 105 - 106
preconceito, 266 - 270
por IAT, 267 - 269
espectadores não envolvidos. *Ver* espectadores
sindicatos
Afro-americanos e, 273
minorias e, 271 - 273
mulheres e, 271 - 273
Estados Unidos, esmagadora em, 14
V
oradores da turma, auto-estima de, 43
valores, internalização de, 141
vítimas. *Veja também* culpa, vítima
espectadores e, 132 - 137
videogames, déficits de habilidades sociais, 157
Guerra do Vietnã, 249
dissonância cognitiva e, 105
demonstração sobre, 186
Invasão do Iraque e, 104
irrevogabilidade e, 71
violência. *Veja* agressão / violência
beleza visual, 314
vulnerabilidades, 343
C
Waco, Texas, 101
Guerra e Paz (Tolstoi), 323
conservação de água, dissonância cognitiva, 101

Watts motins, 225
riqueza, gosto e, 311
efeito de armas, 227
armas de destruição em massa (ADMs), 104
calafetagem, 186
discriminação de peso, preconceito, 263
redução de peso, dissonância cognitiva e, 99
Culturas ocidentais, 9
supremacistas brancos, 199 , 255
grampos telefônicos, 112 - 113
WMDs. *Veja* armas de destruição em massa (WMDs)
mulheres
ação afirmativa e, 281
agressão / violência contra, 234
atribuições em, 281
beleza em, 178
discrepância, 192 - 193
persuasão e, 372
status social e, 276
estereótipo, 260 , 281
sindicatos e, 271 - 273
Ataques ao World Trade Center. *Veja* 11 de setembro
Y
Yosemite, 135
“Você Sempre Machuca Aquele que Ama”, 334
“Sua linguagem corporal molda quem você é”, 366

O texto na parte superior da capa frontal diz “. . . o melhor livro já escrito sobre o campo da psicologia social ”–Daniel Gilbert

Décima Segunda Edição

The Social Animal Elliot Aronson com Joshua Aronson

Uma ilustração mostra o contorno de um rosto humano desenhado com centenas de contornos de rostos humanos.

O texto dentro de uma estrela diz National Media Award APA

A lombada do livro diz: Aronson / Aronson, The Social Animal, décima segunda edição, Worth Publishers com seu logotipo.

A contracapa diz,

“Uma obra clássica foi trazida para a era moderna e o resultado é oportuno e atemporal. Habilmente tecendo sabedoria sábia e ciência contemporânea, histórias pessoais e fatos duramente conquistados, The Social Animal continua a ser o melhor livro já escrito sobre o campo da psicologia social. ” —Daniel Gilbert, Harvard University, autor de Stumbling on Happiness

“Quando li a edição inicial de The Social Animal, fiquei impressionado com sua riqueza de ideias. Fique duplamente surpreso com a edição mais recente e com a relevância aguda desses insights para os fenômenos modernos. ” —Robert B. Cialdini, autor de Influence and Pre-Suasion

“Este é um dos livros de ciências sociais mais importantes já escritos, por dois dos grandes pensadores de nosso tempo - e é uma grande parte do motivo pelo qual me tornei psicólogo.” —Adam Grant, Universidade da Pensilvânia, autor de Give and Take, Originals e Option B com Sheryl Sandberg

“Este é meu livro favorito sobre o assunto (e sou filho de um professor de psicologia social!). Aronson consegue falar com o leigo (eu) e o estudioso (meu pai) com igual eficácia. Embora enraizado na academia, The Social Animal é tão contemporâneo e divertido quanto qualquer coisa de Malcolm Gladwell e Chuck Klosterman. ” —Jesse Eisenberg, ator e autor

“Com sua escrita brilhante, esta nova edição tem toda a graça e sabedoria das anteriores,

mas os problemas sociais que aborda são os problemas de hoje. ” —Phoebe Ellsworth, Universidade de Michigan

“O Animal Social é uma das instituições mais veneráveis da psicologia social. Nesta edição mais recente,

O Animal Social aperfeiçoou sua habilidade única de transmitir o poder e a importância do método científico com um estilo narrativo que faz as páginas virarem sozinhas. ” —Eli J. Finkel, Northwestern University e autora de The All-or-Nothing Marriage

“Dois eminentes psicólogos sociais produziram o livro mais cativante e encantador sobre psicologia social.” —Elizabeth Loftus, Universidade da Califórnia, Irvine

“Toda ciência precisa de um livro que estimule a imaginação a ponto de trazer seus leitores totalmente à emoção de fazer essa ciência. Para a psicologia social, The Social Animal é esse livro. Aronson père desenvolveu a voz notável por trás dessa instituição de

um livro, e Aronson fils sustentou essa voz e expandiu seu alcance com as pesquisas mais recentes. O Animal Social está mais forte do que nunca! ” —Claude Steele

“O Animal Social é uma obra-prima.” —Psicologia Contemporânea

Uma foto mostra Elliot Aronson e Joshua Aronson.

Elliot Aronson é um dos psicólogos mais eminentes e versáteis de nosso tempo. Ele é a única pessoa na história de 125 anos da American Psychological Association a ter ganhado todos os três de seus principais prêmios: Distinguished Researcher (1999), Distinguished Teaching (1980) e Distinguished Writing (1975). Além disso, entre suas muitas homenagens estão o Prêmio Gordon Allport por suas contribuições para a melhoria das relações intergrupais e o Prêmio Donald Campbell por pesquisas ilustres em psicologia social.

Joshua Aronson é professor associado de psicologia do desenvolvimento, social e educacional na New York University, onde dirige o Mindful Education Lab e é bolsista do Metro Center. Ele ganhou prêmios de pesquisa e ensino, incluindo o Prêmio de Impacto Científico da Sociedade de Psicologia Social Experimental. Ele é mais conhecido por sua pesquisa pioneira sobre a ameaça de estereótipo - pesquisa que foi citada em três casos da Suprema Corte e está entre os programas de pesquisa mais citados em psicologia e educação.

Na parte inferior da contracapa, é fornecido o logotipo da Macmillan, seguido pelo texto que lê Worth publishers, Macmillan Learning, macmillanlearning.com e código de barras com números ISBN. Imagem da capa: Tom Durfee