

Processos de Influência Social

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.157.5>

Carla Cerqueira

Centro de Investigação em Comunicação Aplicada, Cultura e Novas Tecnologias,
Universidade Lusófona, CIGANT, Porto, Portugal
<http://orcid.org/0000-0001-6767-3793>
carlaprec3@gmail.com

Sara I. Magalhães

Centro de Psicologia, Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação,
Universidade do Porto, Porto, Portugal
<https://orcid.org/0000-0002-2924-3714>
saraisabelmagalhaes@gmail.com

Rosa Cabecinhas

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de Ciências Sociais,
Universidade do Minho, Braga, Portugal
<https://orcid.org/0000-0002-1491-3420>
cabecinhas@ics.uminho.pt

Resumo

Este capítulo discute os processos de influência social enquanto um dos temas centrais na psicologia social e na sua interligação com as dinâmicas de comunicação e cultura. Em sentido lato, a temática da influência social diz respeito às múltiplas dinâmicas de interação social. No entanto, neste capítulo, a influência social será abordada na sua dimensão restrita, percorrendo os estudos clássicos sobre formação de normas ou normalização, conformismo, obediência e inovação e de que forma estes permitem ajudar a compreender vários fenómenos, situações e interações que ocorrem no dia a dia. Conhecer os processos de influência social, bem como as diversas perspetivas existentes, é fundamental na atualidade para sermos capazes de analisar os processos de persuasão e de influência social, bem como os seus efeitos nas múltiplas esferas da sociedade, quer enquanto profissionais, quer como cidadãos e cidadãs. Estes ajudam-nos a entender quais as estratégias que estão a ser ou que podem ser utilizadas para conduzir a mudanças de atitudes e comportamentos, que se traduzam em mudanças societárias.

Palavras-chave

influência social, normalização, conformismo, obediência, inovação

Introdução

A influência social foi definida por Secord e Backman (1964) como ocorrendo quando “as ações de uma pessoa são condição para as ações de outra” (p. 59). Como salienta Leonel Garcia-Marques (2000), esta definição de influência social abrange, sem dúvida, os fenómenos de normalização, conformismo, obediência, inovação, a polarização em grupo, entre outros, mas uma consideração mais atenta do seu significado levar-nos-á à conclusão de

que abrange toda a psicologia social. No entanto, é necessário sublinhar que a “presença de outrem” pode ser implícita. Esse outrem pode ser imaginado, pressuposto ou antecipado. Além disso, na atualidade a análise dos processos de influência social pode referir-se a situações do mundo físico, mas também digital, e à interligação das duas dimensões.

Para Turner (1991), a influência social engloba “os processos pelos quais as pessoas direta ou indiretamente influenciam os pensamentos, sentimentos e ações dos outros” (p. 1). Esta definição, à semelhança do que acontece com muitas outras, sofre de excessivo grau de generalidade. No entanto, como salienta Garcia-Marques (2000), quem investiga na área da influência social tem algo mais específico e limitado como objeto de estudo, tentando responder a algumas questões: como se pode persuadir uma pessoa ou um grupo a mudar as suas crenças e comportamentos? Como convencer alguém de que as suas crenças estão certas ou erradas? Em que circunstâncias as pessoas mudam os seus valores e em que circunstâncias se tornam mais empenhadas na sua manutenção? O que determina que uma pessoa acredite que tem um comportamento apropriado e o que contribui para criar a dúvida e a incerteza? Como um grupo minoritário desprovido de poder ou estatuto social pode influenciar a maioria e transformar a sociedade? Quais as relações entre influenciadores e influenciadoras digitais e os seus seguidores e seguidoras? Como ativistas se relacionam com a opinião pública? Como líderes da esfera política conseguem mobilizar a população para determinadas questões?

Estas e outras questões dizem respeito à influência social, sendo estudadas, em psicologia social, nas seguintes áreas de pesquisa: formação de normas sociais; conformismo; persuasão e mudança de atitudes; poder e autoridade; polarização de grupo; e inovação ou influência minoritária. Segundo Turner (1991), a ideia-chave para compreender o que quem investiga na área quer dizer com “influência social” é o conceito de *norma* social. As normas sociais podem ser descritivas, refletindo as semelhanças existentes entre os membros de um dado grupo, ou prescritivas, refletindo as crenças partilhadas acerca da conduta considerada apropriada.

O conceito teórico fundamental que descreve o aspeto subjetivo de ter uma norma social é *validade subjetiva* (Festinger, 1950): a convicção subjetiva de que qualquer ideia, julgamento ou ação é certo (correto, apropriado, etc.). Se uma norma social é uma crença partilhada de que certa ação é apropriada num dado contexto, então, quando as pessoas agem de acordo com a norma, sentem o seu comportamento como subjetivamente válido. Na aceção de Turner (1991), o problema teórico central da influência social é descobrir a base da validade e da invalidade subjetiva, pois esta vai ser determinante na mudança ou não de determinada norma. Segundo este autor, a influência social diz respeito aos processos de formação, manutenção ou mudança das normas sociais.

Para melhor se compreender como evoluiu esta área no seio da psicologia social, abordaremos de seguida os principais paradigmas experimentais clássicos desenvolvidos no âmbito da influência social, nomeadamente os de Sherif, Asch, Milgram e Moscovici. Esta breve explicação, necessariamente limitada, permitir-nos-á abordar sumariamente a evolução das ideias nesta área (para uma revisão, ver Garcia-Marques et al., 2017).

Normalização

Nas suas experiências, Sherif (1935, 1936, 1937) tomou como ponto de partida um conceito central da psicologia: o de “quadro de referência”. Este conceito refere-se à tendência dos indivíduos para organizar as suas experiências, estabelecendo relações entre estímulos internos ou externos, criando unidades funcionais que fornecem significado àquilo que é observado/experimentado.

Sherif considerava este processo como o fundamento psicológico que se encontrava na base da formação de normas culturais como fenómeno generalizado. De facto, as regras de conduta variam de cultura para cultura, mas há algo constante nessa variação: a existência de normas. O autor, ao estudar a formação de quadros de referência, pretendeu esclarecer o modo como as atitudes e crenças – quadros de referência individuais – se inter-relacionam, desde a sua génese, com as normas grupais e culturais – quadros de referência sociais.

Este investigador estava interessado em ilustrar, o mais precisamente possível, o papel da atividade subjetiva de cada indivíduo na criação destes quadros de referência. Neste sentido, este investigador recorreu a uma situação instável e ambígua, em que não fossem aplicáveis regras anteriormente aprendidas – se mesmo assim o comportamento dos indivíduos exibisse coerência, esta só poderia advir desta tendência subjetiva para a organização. Para isso, recorreu a um fenómeno percetivo: o efeito *autocinético*, identificado pela primeira vez na astronomia por Humboldt. Para obter este fenómeno percetivo basta colocar um indivíduo numa sala completamente escura e acender uma luz fraca durante um momento – o indivíduo verá a luz mover-se. Se se repetir a experiência por várias vezes, o indivíduo verá a luz mover-se em diversas direções (estando a luz sempre imóvel).

Basicamente, o paradigma experimental de Sherif consiste no seguinte: o estímulo luminoso apresentado era um pequeno ponto de luz que podia ser visto através de um pequeno orifício de uma caixa de metal (que distava do participante cinco metros). Era explicado ao participante que, depois de a sala ficar completamente escura, ser-lhe-ia mostrado um ponto luminoso. A sua tarefa seria, logo após o seu desaparecimento, estimar a distância que esse ponto luminoso tinha percorrido. O participante fornecia a sua estimativa em voz alta, sendo registada de imediato pelo experimentador.

Sherif (1935, 1936), utilizando sempre o mesmo dispositivo, criou várias condições experimentais: experiências individuais (uma pessoa isolada) e experiências de grupo (duas ou três pessoas), em duas situações distintas: (a) a pessoa é trazida para a situação de grupo, depois de ter experimentado a situação individual; (b) a pessoa é deixada só, depois de ter experimentado a situação em grupo. Relativamente às condições individuais, verificou-se que, apesar de se registar uma enorme variação individual nas estimativas apresentadas, cada participante definiu um intervalo idiossincrático para os seus juízos, oscilando à volta de um ponto médio cedo estabelecido.

Quanto às experiências de grupo, verificou-se que os participantes ao serem expostos, em grupo, a uma situação ambígua e sem conhecimentos anteriores aplicáveis, utilizaram o comportamento dos outros na construção dos seus quadros de referência individuais, e esses quadros de referência continuaram a ser usados mesmo na ausência do grupo. Pelo contrário, os participantes que experimentavam as sessões de grupo depois de terem construído o seu quadro de referência individualmente faziam convergir as suas estimativas na direção das dos outros, embora essa convergência fosse menos forte do que quando os participantes não partiam de nenhum quadro de referência.

As principais conclusões de Sherif (1936) podem ser sintetizadas do seguinte modo: (a) os indivíduos têm uma tendência para organizar a sua experiência, mesmo quando a situação não oferece qualquer fundamento para essa organização; (b) essa tendência para a auto-organização baseia-se no próprio comportamento do indivíduo isolado ou no comportamento dos outros (quando tal é possível), sendo o comportamento dos outros uma fonte mais decisiva; (c) a importância dos outros na criação de quadros de referência individuais não implica, neste caso, que eles exerçam qualquer coerção, implícita ou explicitamente (de facto, a influência dos outros permanece quando estes se ausentam); (d) este conjunto de situações pode ser conceptualizado como ilustrando o processo geral como

os indivíduos e grupos organizam uma realidade incerta num todo coerente. Neste sentido, Sherif considerou o padrão individual como análogo a uma atitude e o padrão grupal como análogo a uma norma social, analogia esta que, apesar de interessante, apresenta alguns limites (ver, por exemplo, Garcia-Marques et al., 2017).

Conformismo e Obediência

Quando Asch se debruçou sobre os fenómenos da influência social, a perspectiva geral dominante era o que ele denominou como “sonambulismo social” (e.g., Le Bon, 1896; McDougall, 1908; Moore, 1921; Tarde, 1890/1924; Thorndike, 1935). Esta perspectiva foi sintetizada por este investigador da seguinte forma: (a) a realidade social é relativa e as noções de “certo” e de “errado” são convenções; (b) os processos de imitação são básicos tanto para o funcionamento da sociedade como para a aprendizagem de um repertório comportamental básico; (c) o indivíduo imita o comportamento dos membros dos grupos a que pertence e, em especial, dos seus líderes, porque a experiência o ensinou a associar imitação com recompensa. Isto é, a perspectiva do *sonambulismo social* conceptualiza o indivíduo como essencialmente passivo e vivendo uma realidade que não é definida por si. Esta perspectiva conseguiu, com êxito, ilustrar em laboratório como a *sugestão* de fontes prestigiadas ou de grupos pode, *per se*, modificar apreciavelmente o comportamento individual, e como a *imitação* é importante no funcionamento da sociedade.

Asch critica esta perspectiva porque, por um lado, desconsidera o papel ativo e interpretativo que os indivíduos têm na construção da sua própria realidade social e, por outro, ignora que a influência não é um processo unilateral nem de sentido único. Asch considera ainda que o *sonambulismo* não permite uma análise funcional plausível do consenso social, na medida em que este só é funcional se não conduzir a uma apreciação insensata da realidade, isto é, se for válido. De facto, o consenso válido permite maior cooperação e coordenação de esforços, mas, para ser válido, tem de ser baseado na diversidade de perspetivas. Daí que, se por um lado, a necessidade social de consenso gera pressões normativas para a uniformidade, por outro, a necessidade social de um consenso válido gera pressões no sentido da divergência.

Nesta sequência, Asch considera que o estudo da influência social precisa de ter em conta o conteúdo do julgamento em causa e as circunstâncias em que este ocorre, ao contrário do *sonambulismo*, que só tem em consideração as qualidades dos emissores de influência (grupos sociais, indivíduos prestigiados, líderes). Asch (1951, 1952, 1955, 1956) efetuou um conjunto de experiências com o objetivo de demonstrar a atividade interpretativa do indivíduo. Neste sentido, procurou criar uma situação experimental não ambígua, em que os participantes, durante a realização do julgamento, seriam expostos à influência de um grupo de indivíduos — essa influência opor-se-ia à evidência percetiva.

Basicamente, o paradigma experimental de Asch consiste no seguinte: o participante crítico¹ encontrava-se numa sala com seis comparsas do experimentador. Os comparsas agiam sempre de forma a que o participante crítico se sentasse no penúltimo lugar, tendo sido instruídos a mostrarem-se tão inexperientes sobre a situação como o participante crítico e a não exibirem qualquer reação fosse qual fosse o comportamento desse participante.

1 Nos relatos de estudos experimentais, os indivíduos que desconhecem os reais objetivos da experiência em que estão a participar eram habitualmente designados como “sujeitos ingênuos”. Posteriormente, vulgarizou-se a expressão “participantes críticos” isto é, aqueles que contam para os resultados da experiência. Por seu turno, os participantes que conhecem os objetivos da experiência e que desempenham um papel específico previamente acordado com o experimentador são designados de “comparsas”.

Os estímulos eram trios de linhas negras que deveriam ser comparados com uma linha-padrão. O julgamento era particularmente fácil. Foram efetuados 18 ensaios, que se dividiam em ensaios *neutros* – em que os comparsas davam respostas certas – e ensaios *críticos* – em que os comparsas davam respostas erradas. Na segunda fase, todos os participantes críticos eram entrevistados acerca das suas impressões sobre a situação e, no final, era-lhes explicada a situação e os seus objetivos. Asch, além desta condição (experimental), usou uma condição de controlo, em que participantes da mesma população julgavam os mesmos estímulos sem conhecimento das respostas dos outros. A diferença entre o número de erros efetuados na condição controlo e na experimental foi utilizada como um índice quantitativo do grau de influência social verificada.

Com base tanto nos resultados das entrevistas como nos resultados quantitativos, Asch procurou esclarecer melhor a variação individual registada neste paradigma. Para isso, construiu uma tipologia dos participantes críticos com base no número de erros cometidos: os participantes que não cometiam mais do que dois erros foram classificados como *independentes*; e os que cometeram entre três e 12 foram classificados como *conformistas*. Dentro destas duas categorias, os participantes foram, ainda, classificados de acordo com as razões que apresentaram na entrevista para o seu comportamento. Segundo a análise qualitativa efetuada por Asch, a adoção privada da perspetiva da maioria foi um acontecimento raro (participantes conformistas a nível percetivo). Esta análise qualitativa foi importante pois permitiu demonstrar como o mesmo comportamento pode resultar de diferentes interpretações da situação. Neste sentido, nenhuma explicação compreensiva dos fenómenos de influência pode dispensar a consideração da atividade cognitiva dos alvos dessa influência, ao contrário do que se pressupõe o *sonambulismo social*.

Em primeiro lugar, foi evidente, tanto quantitativa como qualitativamente, que os participantes se encontraram num conflito entre o conformismo (seguir a resposta da maioria) e a independência (seguir os dados dos seus próprios sentidos). Esse conflito resultou, na maior parte dos casos, em independência, embora a influência da maioria seja indiscutível. Em segundo lugar, os participantes críticos não se limitaram, como agentes passivos, a ignorar uma das fontes de conflito. Quer os “independentes” quer os “conformistas”, tentaram explicar e interpretar esse conflito.

A partir deste paradigma, Asch realizou diversas variações experimentais para esclarecer quais as condições que, no paradigma original, eram responsáveis tanto pelo conformismo como pela independência. Neste sentido, manipulou uma série de variáveis: a importância do objeto de julgamento; as características dos estímulos usados; a possibilidade de avaliação objetiva posterior; a dimensão do grupo; a importância do contexto público *versus* privado de enunciação do julgamento; comparsa isolado *versus* grupo de participantes críticos; um grupo de comparsas *versus* um grupo de participantes críticos; a existência ou não de um aliado para o não conformismo.

Este conjunto de experiências permitiu concluir que, enquanto variações na dimensão da maioria têm um impacto nulo ou modesto, a quebra da unanimidade na maioria, seja qual for a dimensão da dissidência, é decisiva para a manifestação do conformismo. Numa das variações do seu paradigma experimental, Asch introduziu uma diferença essencial: um dos comparsas (designado como “aliado”) respondia sempre corretamente, opondo-se, nos ensaios críticos, à resposta da maioria. Verificou-se que o conformismo baixou de 33% para 5,5%, anulando-se, assim, quase completamente, o impacto da maioria. Asch verificou que a quebra da unanimidade foi o fator decisivo para explicar a redução do conformismo: um aliado que forneça respostas ainda mais erradas do que a maioria é praticamente tão eficiente como um que responda de acordo com o que o participante crítico vê.

Resumindo, as experiências de Asch demonstraram como uma norma grupal arbitrária pode fazer com que os participantes realizem um número bastante apreciável de erros de julgamento. Demonstraram ainda que, apesar desse impacto ser indiscutível, os julgamentos dos participantes mantêm-se maioritariamente corretos. Demonstraram também como esse impacto pode ser minimizado através do apoio social para o não conformismo.

Na opinião de Garcia-Marques (2000), as experiências de Asch representaram um enorme avanço, não só na acumulação de novos conhecimentos, mas também na própria definição dos limites da influência social. Asch demonstrou que o comportamento individual pode variar de acordo com a pressão de um grupo, mesmo em condições em que o indivíduo dispõe de indicações objetivas. Além disso, o comportamento dos outros pode introduzir ambiguidade na realização de tarefas em circunstâncias totalmente não ambíguas, daí que as experiências de Asch forneçam um bom complemento às de Sherif. Os resultados de Asch vieram também demonstrar que a mudança do indivíduo pelas fontes de influência não é devido a um estado de *sugestão*, em que o indivíduo segue acriticamente a maioria, como pressupõe a perspectiva *sonambulista*, mas resulta de uma atividade cognitiva do indivíduo, que procura ativamente compreender e dar sentido à situação.

Outro dos processos de influência social que tem sido muito estudado é a obediência. Esta é vista como uma mudança de comportamento em resposta a ordens e instruções de alguém reconhecido como autoridade. Portanto, a obediência é a tradução comportamental da influência social na sua forma mais direta e poderosa. Milgram pretendia estudar os processos psicológicos subjacentes à “obediência cega” à autoridade na Alemanha nazi, em que pessoas “obedientes” ajudaram a aniquilar milhões de pessoas. Mas esta abordagem pode ser aplicada aos mais variados campos de ação, como é exemplo o mercado de trabalho e as situações de abusos de poder.

Neste sentido, existem alguns fatores que predis põem os indivíduos à obediência: (a) identificação entre autoridade, competência e saber; (b) sentimento de desresponsabilização; (c) obedecer é uma forma de satisfazer o desejo de ser aceite; (d) partilha ou difusão das responsabilidades pelas consequências de um ato.

Milgram pretendia averiguar até onde seriam capazes de ir as pessoas que se limitam a obedecer. Ou seja, pretendia perceber as reações individuais face a indicações concretas de outros indivíduos, que eram percebidos como autoridades legítimas, procurando assim medir a obediência através de ações manifestas e que implicavam sofrimento para outras pessoas. Neste sentido, em 1963, este investigador decide colocar um anúncio num jornal a pedir voluntários para participar numa experiência sobre memória. Os participantes nas experiências de Milgram eram pessoas diversas em termos socioeconômicos e educacionais, sendo-lhes dito que o estudo pretendia medir o efeito da punição na aprendizagem humana. Neste sentido, existia um “professor” (o participante crítico) que lia em voz alta uma lista de pares de palavras e um “aluno” (o comparsa do experimentador, que seguia rigorosamente o protocolo experimental), que, posteriormente, tinha de saber quais as palavras que formavam os pares. O experimentador explicava ao suposto “professor” que este deveria administrar um choque ao “aluno” sempre que este desse uma resposta errada, aumentando a intensidade em 15 volts por cada vez. O participante crítico e o experimentador encontravam-se numa sala contígua à do comparsa que estava preso numa cadeira elétrica, podendo ouvir o “professor” através de um altifalante e emitir as suas respostas a partir de interruptores. Neste âmbito, procurava-se medir a intensidade máxima de choques que cada participante julgava estar a administrar (variável dependente), tendo em conta que alguns elementos da experiência se mantinham constantes, nomeadamente: (a) o “aluno” cometia sempre um terço de erros; (b) até aos 300 volts o “aluno” manifestava a sua dor e pedia para a experiência terminar, e depois não surgiam mais respostas; (c) caso o participante crítico se insurgisse contra a

experiência, o experimentador incitava-o, dizendo, pela seguinte ordem: “por favor, continue”, “a experiência requer que continue”, “é absolutamente essencial que continue”, “não tem alternativa, tem de continuar”. Se após estes quatro incitamentos, o participante crítico se recusasse a continuar, a experiência terminaria; (d) se o participante crítico referisse que o “aluno” não queria continuar, o experimentador reforçava a ideia de que ele tinha de continuar até aprender as palavras; (e) o experimentador referia que a responsabilidade pelas eventuais consequências nocivas dos choques era inteiramente sua (Garcia-Marques et al., 2017).

Os resultados mostram que a grande maioria dos participantes, mais especificamente 65%, foram até ao valor máximo dos choques. Tal percentagem de obediência foi um facto surpreendente dado que estava envolvido o sofrimento de outras pessoas. Este investigador considerava que “uma proporção substancial de pessoas faz o que lhe mandam, qualquer que seja o conteúdo do ato e sem entraves de consciência, desde que considerem o comando como emitido por uma autoridade legítima” (Milgram, 1965, p. 75). Portanto, esta experiência demonstra que pessoas comuns, em condições particulares, podem ser levadas a cometer atos objetivamente cruéis e, sem entraves de consciência, sentirem-se “desresponsabilizadas” desses atos pelo simples facto de estarem a obedecer a ordens de uma autoridade, percebida como legítima (Garcia-Marques et al., 2017).

A partir desta situação base foram realizadas outras experiências, variando sistematicamente diferentes fatores, nomeadamente, a proximidade da vítima, a proximidade da autoridade, o prestígio da autoridade, o peso do apoio social para a desobediência e a consistência da autoridade. Foram encontrados resultados semelhantes em países diferentes, contextos e sujeitos diferentes.

Uma das experiências mais conhecidas neste campo é a experiência da prisão de Stanford levada a cabo por Zimbardo, em 1971. Contudo, estas experiências e as opções metodológicas escolhidas levantaram questões éticas (nomeadamente se seria legítimo induzir os indivíduos em erro numa questão tão delicada como esta, em que se colocava em causa o possível sofrimento de outras pessoas e se os indivíduos que participarem na experiência não poderiam ficar afetados psicologicamente com os danos causados a outros) e de generalização dos resultados.

Inovação e Poder das Minorias Ativas

Serge Moscovici, a partir do fim da década de 1960, desenvolveu um amplo programa de investigação sobre um aspeto até essa data negligenciado na área da influência social: a inovação, isto é, a mudança das normas de uma maioria, promovida por uma minoria ativa (para uma revisão, ver Moscovici, 1976). Diversos autores anteriores tinham efetuado estudos sobre situações em que o participante, exposto a um emissor de influência (grupo, autoridade, etc.), se confronta com duas alternativas: manter a independência ou conformar-se. No entanto, pelo menos em certas condições, o “alvo” da influência pode considerar uma terceira alternativa: a tentativa de fazer o grupo mudar.

Moscovici firmou a sua abordagem da influência social numa crítica ao *funcionalismo*, perspetiva então vigente nas ciências sociais. Segundo o autor, esta perspetiva assenta nos seguintes pressupostos: (a) a influência social é desigualmente distribuída e exercida de forma unilateral; (b) a função da influência social é a de manter e reforçar o controlo social; (c) as relações de dependência (informativa, normativa) determinam a direção e a quantidade de influência social exercida num grupo; (d) os estados de incerteza e a necessidade de reduzir a incerteza determinam as formas tomadas pelo processo de influência; (e) o consenso alcançado pelos processos de influência é baseado na

norma da objetividade; (f) todos os processos de influência são vistos sob a perspectiva do conformismo.

Na opinião de Moscovici, estes pressupostos promoveram a um lugar central na influência social variáveis secundárias como a dependência e a incerteza, e contribuíram para negligenciar as funções que a divergência ocupa na vida social. Em contraste, o autor desenvolveu uma nova abordagem dos fenômenos da influência que designou por “teoria genética” (Moscovici, 1976). Esta pode ser sintetizada da seguinte forma: (a) a realidade é uma construção social; (b) a influência social é uma forma de negociação, a partir da qual se conserva ou modifica uma dada definição, mais ou menos consensual, da realidade; (c) as funções da influência não são apenas de controlo social, são também as de mudança social; (d) esta negociação envolve três processos de gestão do conflito que ocorrem na génese, manutenção e desenvolvimento dessa definição da realidade: *normalização* – que resulta da tentativa de gerir o conflito através de concessões recíprocas; *conformismo* – que advém da tentativa de resolver o conflito através da submissão do indivíduo ao grupo; *inovação* – que deriva da tentativa de criação de conflito através da contestação, por parte de uma minoria nómica, das normas vigentes; (e) os processos psicossociais subjacentes ao conformismo e à inovação são distintos: no primeiro caso, trata-se de um processo de *comparação* em que a minoria compara o seu comportamento com o da maioria; no segundo, trata-se de um processo de *validação* em que a maioria tenta adquirir nova informação que valide o seu comportamento.

Segundo Moscovici (1976), devido à possibilidade de desestabilizar a realidade social vigente a partir da contestação das normas que a fundamentam, uma minoria de pessoas, sem poder ou estatuto especiais, é capaz de levar à modificação dessas mesmas normas. Esta inovação é possível mesmo em condições de completa ausência de ambiguidade objetiva do julgamento requerido. Moscovici prevê que a *aceitação pública* da influência seja maior no conformismo do que na inovação, mas que suceda o contrário em relação à *aceitação privada*. Isto é, no cerne do conformismo está a *submissão*, enquanto a inovação implica *conversão*. Para Moscovici, a variável decisiva na determinação do sucesso ou do insucesso de um dado emissor de influência é o *estilo comportamental*. Os estilos comportamentais mais estudados têm sido a flexibilidade e, sobretudo, a consistência, definida em termos de repetição de ideias-chave e evitamento de contradições. A partir desta conceptualização, Moscovici reinterpretou as investigações de Asch e desenvolveu uma série de estudos sobre os processos de inovação. No mais conhecido paradigma experimental para o estudo da inovação (Moscovici et al., 1969), a experiência era apresentada aos participantes como um estudo sobre percepção das cores, desenrolando-se em quatro fases.

Na primeira fase, seis indivíduos eram submetidos a um teste de acuidade visual, dois dos quais eram comparsas do experimentador. Na segunda fase, eram projetados diapositivos com dois tipos de filtros: um com uma gama dominante azul e bastante luminoso, e outro com reduzida intensidade luminosa. Foram usados 24 diapositivos, variando em dois graus de luminosidade. Os participantes deveriam efetuar dois julgamentos: indicar a cor do diapositivo e estimar a luminosidade (numa escala de um a cinco). Os julgamentos eram anunciados publicamente e sempre na mesma ordem. Os comparsas (que intervinham em primeiro e em segundo ou em primeiro e em quarto lugar) anunciavam sempre a mesma resposta em relação à cor – “verde” –, e respondiam como lhes parecia em relação à luminosidade. A primeira variável dependente era o número de respostas “verde” dadas pelos participantes críticos – correspondendo a uma medida da aceitação pública da influência.

Na terceira fase, era dito aos participantes que se iria aplicar uma “contraprova” para estudar os efeitos da fadiga na percepção das cores. Essa “contraprova” era o teste de Farnsworth

sobre percepção de cores. Este teste contém séries de círculos variando ligeiramente em coloração — os casos relevantes para esta experiência eram aqueles em que as séries variavam gradualmente do azul para o verde — e os participantes tinham de nomear a cor de cada círculo, sendo o teste aplicado individualmente. O objetivo desta fase era verificar até que ponto é que as respostas da minoria faziam modificar o limiar de diferenciação entre o azul e o verde — correspondendo esse resultado, no caso de ser obtido, a uma reestruturação cognitiva, isto é, à aceitação privada da inovação. Assim, as respostas a este teste constituíam a segunda variável dependente. Na quarta fase, os participantes críticos respondiam a um questionário pós-experimental e era-lhes explicado o teor da situação.

Para além desta condição experimental, existia uma condição de controlo, em tudo igual àquela condição, exceto quanto à ausência de comparsas — os grupos eram assim constituídos por seis participantes críticos. Enquanto na condição de controlo só se registaram 0,25% de respostas “verde”, na condição experimental essa percentagem atingiu os 8,4% — esta diferença entre as condições constitui uma medida de aceitação pública da influência da minoria.

Além disso, verificou-se uma diferença significativa nos limiares de diferenciação entre o azul e o verde dos participantes das condições de controlo e experimental: os participantes críticos que participaram na condição experimental designavam, no teste de Farnworth, um maior número de círculos da gama azul/verde como “verde” do que os participantes da condição de controlo — esta diferença entre condições constitui uma medida da aceitação privada da influência da minoria. Verificou-se, ainda, que a aceitação privada revelou os seus efeitos independentemente da aceitação pública. Estes resultados demonstram que uma minoria de indivíduos pode ter um impacto, moderado, nas respostas públicas de uma maioria em relação a um objeto de julgamento que se pode considerar como objetivamente não ambíguo. Os resultados demonstram, ainda, que uma minoria pode levar à aceitação privada da sua influência, independentemente da sua aceitação pública.

Moscovici realizou algumas variações experimentais, manipulando diferentes variáveis: consistência e conflito; autoconfiança percebida da minoria; importância do apoio social para a não inovação, entre outras. As experiências realizadas levaram Moscovici a concluir que a capacidade de inovação de uma minoria social depende: (a) da sua capacidade de intensificar o conflito com a maioria; (b) da adoção de um estilo comportamental consistente; (c) da atribuição, realizada pelos alvos de influência, de autoconfiança na correção do seu comportamento.

O fenómeno da influência minoritária é hoje indiscutível. Existem ao longo da história múltiplos exemplos de pessoas que traduzem este fenómeno da inovação e do poder das minorias ativas, mas Moscovici foi pioneiro nestes estudos, visto que anteriormente os fenómenos de influência eram quase exclusivamente estudados no âmbito da influência maioritária, isto é, numa perspetiva de cima para baixo. A questão do *porquê* e *como* da influência minoritária continua a ser objeto de debate. A ampla pesquisa desenvolvida sobre a temática tornou clara a necessidade de articulação entre diferentes níveis de análise em psicologia social, ainda mais numa época marcada pela proliferação de influenciadores e influenciadoras digitais, bem como de múltiplas formas de ativismo e mobilização social. Pensar na pertinência da influência minoritária pode levar-nos a casos como o de Greta Thunberg, por exemplo. Permite igualmente analisar, a partir desta abordagem teórica, situações atuais de polarização política, dinâmicas comunicacionais nas redes digitais e nas ruas e interações intergrupais que podem levar à mudança social.

Em suma, conhecer os processos de influência social, bem como as diversas perspetivas existentes, é fundamental na atualidade para sermos capazes de analisar os processos

de persuasão e de influência social, bem como os seus efeitos nas múltiplas esferas da sociedade, quer enquanto profissionais, quer como cidadãos e cidadãs. Assim, poderemos saber quais as estratégias que estão a ser ou que podem ser utilizadas para conduzir a mudanças de atitudes e comportamentos, que se traduzam em mudanças societais.

A realidade atual mostra-nos que muitas das conquistas que considerámos seguras no que toca ao respeito dos direitos humanos podem ser revogadas a qualquer momento. Mostra-nos também que a aceitação social de valores promovidos por “minorias ativas” muitas vezes é acompanhada de um esquecimento do papel que desempenharam nos processos de inovação social. Ou seja, mesmo quando uma minoria ativa tem sucesso promovendo mudanças sociais consistentes, como é o caso dos movimentos sociais, isso não significa que seu papel seja socialmente lembrado e reconhecido, como demonstram os estudos sobre que criptomnésia social (e.g. Butera et al., 2017), pelo que o estudo dos processos de influência social não deve ser desligado de processos grupais e societais mais vastos.

Agradecimentos

Este trabalho é financiado por fundos nacionais no âmbito do Financiamento Plurianual do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade 2025-2029, referência UID/00736/2025, pela FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P.

Referências

- Asch, S. E. (1951). Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgment. In H. Guetzkow (Ed.), *Group, leadership, and men* (pp. 177–190). Carnegie University Press.
- Asch, S. E. (1952). *Social psychology*. Prentice-Hall.
- Asch, S. E. (1955). Opinions and social pressure. *Scientific American*, 193(5), 31–35. <https://doi.org/10.1038/scientificamerican1155-31>
- Asch, S. E. (1956). Studies of independence and conformity: A minority of one against a unanimous majority. *Psychological Monographs*, 70(9), 1–70. <https://doi.org/10.1037/h0093718>
- Butera, F., Vernet, J.-P., & Vala, J. (2017). Influencing people's (negative) attitudes towards active minorities: The case of feminist movements. In S. Papastamou, A. Gardikiotis, & G. Prodromitis (Eds.), *Majority and minority influence* (pp. 158–172). Routledge. <https://psycnet.apa.org/doi/10.4324/9781315666648-8>
- Festinger, L. (1950). Informal social communication. *Psychological Review*, 57(5), 271–282. <https://doi.org/10.1037/h0056932>
- Garcia-Marques, L. (2000). O inferno são os outros. O estudo da influência social. In J. Vala & M. B. Monteiro (Eds.), *Psicologia social* (pp. 227–292). Fundação Calouste Gulbenkian.
- Garcia-Marques, L., Ferreira, M. B., & Garrido, M. V. (2017). Processos de influência social. In J. Vala & M. B. Monteiro (Eds.), *Psicologia social* (pp. 245–324). Fundação Calouste Gulbenkian.
- Le Bon, G. (1896). *Psychologie des foules*. F. Alcan.
- McDougall, W. (1908). *An introduction to social psychology*. Methuen.
- Milgram, S. L. (1965). Some conditions of obedience and disobedience to authority. *Human Relations*, 18(1), 57–76. <https://doi.org/10.1177/001872676501800105>
- Moore, H. T. (1921). The comparative influence of majority and expert opinion. *American Journal of Psychology*, 32, 16–20. <https://doi.org/10.2307/1413472>
- Moscovici, S. (1976). *Social influence and social change*. Academic Press.
- Moscovici, S., Lage, E., & Naffrechoux, M. (1969). Influence of a consistent minority on the responses of a majority in a color perception task. *Sociometry*, 32(4), 365–380.

Secord, P. F., & Backman, C. W. (1964). *Social psychology*. McGraw-Hill.

Sherif, M. (1935). *A study of some social factors in perception*. *Archives of Psychology*, (187), 23–46.

Sherif, M. (1936). *The psychology of social norms*. Harper and Row.

Sherif, M. (1937). An experimental approach to the study of attitudes. *Sociometry*, 1, 90–98. <https://doi.org/10.2307/2785261>

Tarde, G. (1924). *Les lois de l'imitation*. Alcan. (Trabalho original publicado em 1890)

Thorndike, E. L. (1935). *The psychology of wants, interests and attitudes*. Appleton-Century.

Turner, J.C. (1991). *Social influence*. Open University Press.

Material Suplementar

Vídeos

The Asch Conformity Experiment (<https://www.youtube.com/watch?v=nyddyt1ldha>; https://youtu.be/wkk5ea_qhfk?si=b91pcoayqf7axuvf);

The Milgram Experience (<https://youtu.be/xoylcy5pvvm?si=loybrm8aepj6gylb>; <https://youtu.be/vumt8b4urci?si=t64ectbqsh1bp7ti>).

Podcasts, Jogos e Dinâmicas

Simule um tribunal de júri para discutir um caso (mediático, por exemplo) e observar como as opiniões se formam e mudam.

Use jogos online como o Keep Talking and Nobody Explodes (<https://keeptalkinggame.com/#aboutgames>) para explorar a comunicação e a colaboração em grupo.

Promova a análise de campanhas publicitárias e discursos políticos para identificar técnicas de persuasão.

Desafie à criação de campanhas de conscientização para aplicar os conhecimentos adquiridos sobre influência social.

Escolha uma pessoa que seja considerada influenciadora digital e analise as suas estratégias de comunicação nas redes sociais e de que forma interagem os seus seguidores.

Escolha excertos de podcasts sobre os tópicos lecionados e promova uma reflexão crítica, primeiro em pares e, posteriormente, em grande grupo. Por exemplo, o *Milgram de Savoirs* é um podcast de discussão de temas da psicologia social e cultural, criado e animado por docentes e investigadores do Center for Social and Cultural Psychology da Université Libre de Bruxelles: <https://milgram.ulb.be/par-thematique/> ou, por exemplo, o “Episódio 45 – Movimento de Massas e o Poder” do Podcast *Isto é Psicologia* da Ordem dos Psicólogos Portugueses em <https://open.spotify.com/episode/6FDpVUOpQiqU9Bj1BhohqA?si=W5EqEBeZTW8p6Ghypv1kwww>.

