

REALIDADE SOCIAL: DA COMUNICAÇÃO AOS COMPORTAMENTOS

Isabel Paraíso

Doutora em Psicologia pela
Facultad de Educación Universidad de Extremadura
isabelparaiso@gmail.com

Florencio Vicente Castro

Catedrático de Psicología
Facultad de Educación Universidad de Extremadura

<http://dx.doi.org/10.17060/ijodaep.2015.n1.v2.260>

Fecha de Recepción: 1 Febrero 2015

Fecha de Admisión: 30 Marzo 2015

RESUMO

As Ciências Sociais há muito que vêm dissertando acerca da construção e partilha da realidade social, envolta uma implexa teia de sentido, onde os sujeitos se cruzam e identificam.

A partir das teorias da identidade social e das representações sociais tivemos como objetivo fulcral compreender o comportamento humano resultante da percepção que cada indivíduo faz de uma dita realidade transmitida por signos, significantes linguísticos e significados singulares e idiossincráticos, sob qualquer forma de comunicação.

Sob a observância de uma metodologia que respeita os princípios da interpretação e da hermenêutica o presente artigo tem como principal objetivo apresentar uma reflexão crítica sobre o mundo social construído pela linguagem que, não tendo limites em si mesma, facilmente se alia a instâncias de subjetividade, processos metafóricos, mimetismo antropofágico ou surge ancorada a novos centros de gravidade intelectual de poder opaco, estribado da desconstrução simbólica onde tudo quanto resta é ruído.

Conclui-se que o modo pelo qual cada indivíduo pensa a realidade, através da atribuição de sentido à comunicação que percebe, tem repercussões na sua vida em sociedade através dos comportamentos que adota, prejudicados se percebida uma linguagem ou atos abusivos da sua confiança. As características individuais podem ter um efeito atenuante, porém não invalidam a relevância do sentido da mensagem, bem como o contexto em que ocorre.

Palavras-chave: Psicologia social, Realidade social, Comunicação, Atitudes, Comportamentos.

ABSTRACT

Social reality: from communication to behaviours

Social sciences have long been discussing the construction and sharing of social reality, surrounded by a complex web of meaning, where subjects intersect and identify themselves.

Based on the theories of social identity and social representations, we aimed to understand the human behavior resulting from the perception that each individual has of a so-called reality transmitted by signs, linguistic signals and natural and idiosyncratic meanings in any form of communication.

Following a methodology which respects the principles of interpretation and hermeneutics, this article aims to present a critical reflection on the social world constructed by language which, by having no limits itself, easily combines moments of subjectivity, metaphorical processes, anthropomorphic mimicry or it appears anchored to new centers of intellectual gravity of opaque power, based on the symbolic deconstruction where all that remains is noise.

It is concluded that the way in which each individual thinks of reality, by assigning meaning to the communication they perceive, has an impact on their life in society through behaviors that they adopt, hindered if language or abusive acts of their trust are perceived. The individual characteristics may have an attenuating effect, but do not invalidate the relevance of the meaning of the message as well as the context in which it occurs.

Keywords: Social psychology, Social reality, Communication, Attitudes, Behaviours.

INTRODUÇÃO

Numa breve abordagem circunstancial à evolução da Psicologia Social, enquanto ciência, podemos afirmar que aquela se tem caracterizado pela pluralidade e multiplicidade em torno de diversas correntes teóricas que, em comum, estudam as representações sociais. Seja na concepção de Tedeschi e Lindskold (1976) enquanto estudo científico da interdependência, da interação e da influência entre os indivíduos; ou na abordagem mais frugal de Allport (1985) como “an attempt to understand and explain how the thought, feeling, and behavior of individuals are influenced by the actual, imagined, or implied presence of others” (p.3).

Os conceitos anteriormente reproduzidos suportam uma implícita fragmentação de três componentes, para melhor compreensão do estudo da psicologia social como unidade: (1) o conhecimento do outro; (2) as influências recíprocas entre um e o outro; (3) as interações sociais (Leyens & Yzerbyt, 1999).

A construção que, por ora, designamos por realidade social tem na sua égide uma permutação contínua entre o indivíduo e o mundo. Não apenas no ambiente que o rodeia e que, tendencialmente, pela proximidade, o influencia, mas “o mundo que o homem *atrai* a si, por possuir receptividade ou sensibilidade para essa porção do mundo, e à qual *procura dar*, ao mesmo tempo, a forma adequada à sua natureza” (Stern, 1971, p.137). Seja o mesmo que dizer que “as pessoas elaboram teorias, crenças, e atitudes sobre a realidade social com o objetivo de construir um mundo significativo” (Vala & Monteiro, 2013, p.569)

A relação entre o ser humano e a sociedade é, em si mesma, complexa pois, por natureza, encontra-se estribada numa intrincada rede de fenômenos, fatores disposicionais ou, mesmo, pela construção de quadros singulares de referência mental ou sistemas de valores e crenças. E, todos eles contribuem para a construção da realidade e orientação do comportamento de cada indivíduo, naturalmente circunstancial ao contexto que o envolve. Como adverte Casas (2005), “não podemos compreender nenhuma realidade social sem conhecer o contexto sócio histórico em que se envolve” (p. 42) e se outro motivo não houvesse porque o “comportamento é observável enquanto que as necessidades, sendo estados mentais internos, não o são” (Wilson, 2005, p.32)

Tudo é comunicação

(...) temos uma propriedade do comportamento que dificilmente poderia mais básica e que, no entanto, é frequentemente menosprezada: o comportamento não tem oposto. Por outras palavras,

não existe um não-comportamento ou, ainda em termos mais simples, um indivíduo não pode não se comportar. Ora, se está aceite que todo o comportamento, numa situação interaccional (...) tem valor de mensagem, isto é, é comunicação, segue-se que por muito que o indivíduo se esforce, é-lhe impossível não comunicar. Actividade ou inactividade, palavras ou silêncio, tudo possui valor de mensagem; influenciam outros e estes outros, por sua vez, não podem responder a essas comunicações e, portanto, também estão comunicando. Deve ficar claramente entendido que a mera ausência de palavras ou de observar não constitui excepção ao que acabamos de dizer (Watzlawick, Beavin & Jackson, 1967, pp.44-45)

A comunicação tem como propósito dar sentido à relação entre os homens e através desta “a experiência social é dupla: lógica e afectiva” (Monteiro, Caetano, Marques & Lourenço, 2012, p.40).

Da perspectiva de Stewart (1972) a “comunicação é um processo físico-mental, cuja função é o enunciado de significado com sentido” (p.38). Definição que se afasta dos limites conceituais da informação ao preconizar que “os objetos da ‘informação’ devem literalmente ser alguma coisa física (...) [que] não existe na mente humana” (p.37).

Assim, para o autor o processo da comunicação humana está envolta numa relação mental (ideias) e física (percepções e palavras), não necessitando, para cumprimento do seu propósito, da “existência de alguma espécie de complexo de símbolos físicos (...) [mas] usados apenas para atingir um objetivo psicológico” (p.40). Defende o autor que a comunicação é, no seu essencial, “um processo mente a mente” (p.81) que se socorre de veículos para apresentação física de sistemas complexos de símbolos, a que os positivistas designaram de “meta-linguagem” – linguagem pertinente, mas não necessária – e linguagem “objetiva” (linguagem indispensável à enunciação das ideias (Stewart, 1972).

Num processo de comunicação de sentido há, naturalmente, por parte do intérprete, um julgamento do sistema complexo de símbolos. É dentro de um quadro mental que os intervenientes atribuem sentido aos símbolos. Os constructos julgamento e emoção (ou os seus equivalentes lógicos) estão relacionados com a interpretação da mensagem. Já a compreensão é um fenómeno psicológico que ocorre num espaço-tempo e depende do *estado de espírito* do intérprete (Stewart, 1972).

Por outro lado importa ter presente que emoções e sentido são fenómenos distintos, embora possam causar reciprocidade implicativa. Nas palavras de Werkmeister pronunciadas por Stewart:

(...) qualquer que seja a emoção que encontre uma expressão linguística, e qualquer que seja a forma porque ela se manifeste, a tonalidade emocional, *como um aspecto da verbalização puramente subjetivo*, real e significativo como é no seu contexto experimental, é irrelevante até onde vai o *sentido das palavras*” (p.78).

Em bom rigor os indivíduos não reagem às situações, mas sim às interpretações subjetivas que fazer em relação às mesmas.

Invocamos, agora, o conceito de cognição social, enquanto estudo do modo como o indivíduo percecionamos o mundo social (independentemente do seu papel como ator ou sujeito passivo), bem como da forma como interpreta o seu próprio comportamento e o dos outros, o modo como age no contexto social.

Martínez- Silveira e Oddone (2007) preceituam que apesar dos indivíduos serem, indubitavelmente, seres pensantes estes encontram-se ancorados num “contexto concreto de ação e influenciados – mas também limitados – por ferramentas cada vez mais poderosas (...) dos sistemas de informação” p.118.

Wilson define o conceito de necessidade informacional enquanto experiência subjetiva que ocorre apenas na mente de cada indivíduo, não sendo, assim, diretamente observável. No seu modelo de comportamento informacional (1981, 2005) o autor parte de uma perspectiva fenomenológica onde o sujeito constrói permanentemente o seu mundo social e onde as necessidades de

REALIDADE SOCIAL: DA COMUNICAÇÃO AOS COMPORTAMENTOS

informação emergem da busca de resposta de sentido ao mundo no qual interage, i.e, no meio onde elas se manifestam.

Em forma de síntese parafraseando Espindola (2012), numa citação de Luria:

O processo de interpretação da comunicação recebida em hipótese alguma pode ser considerado um simples processo de assimilação do significado das palavras (...). O processo de descodificação ou interpretação da comunicação é sempre um meio de decifrar o sentido *geral*, implícito na comunicação recebida ou, em outras palavras, um complexo processo de discriminação dos elementos mais importantes do enunciado, a transformação de um sistema desenvolvido de comunicação no pensamento nela latente” (p.168).

Identidade e mundo social

(...) o mundo como representação é o espelho da vontade, no qual a vontade se reconhece a si mesma com uma clareza e uma precisão que vão gradualmente crescendo: no homem esta consciência atinge a perfeição, mas a essência do homem não encontra a sua expressão completa, salvo na concatenação das ações que ele pratica e é a razão que torna o indivíduo capaz de abranger de relance e inabstrato a unidade consciente da sua conduta. (Schopenhauer, *in* O mundo como vontade e representação)

A presumida realidade que mergulhamos é, em bom rigor, uma representação impugnável de racionalidade e sentido, num entendimento efêmero da relação entre um sujeito e um objeto.

Socorremo-nos das teorias da Identidade Social (Tajfel, 1982) e das Representações Sociais (Moscovici, 1978) como pilares analíticos para compreender a dinâmica das interações dos indivíduos entre si e com o meio.

Nas palavras de Bonomo, Trindade, Souza e Coutinho (2008), citando Breakwell, “a utilização conjunta dessas teorias possibilita uma compreensão mais ampla e consistente acerca do fenômeno social estudado” (p.156) na medida em que, como justificam os autores “as representações sociais têm um importante papel na formação de identidades sociais ... as identidades sociais, por outro lado, influenciam a exposição, a aceitação e a utilização de representações sociais que podem influenciar no seu desenvolvimento” (p.156).

O mundo social é, assim, para o indivíduo como um território no qual exhibe atitudes e comportamentos, estratificados segundo o grau de importância que lhe confere. De acordo com Massimi (1994)

as linhas de importância delimitam um campo: ao centro estão os conhecimentos diretos da realidade em que o sujeito está interessado, definindo o campo de seus atos efetivos; ao redor deste estão os conhecimentos recebidos, suficientes e baseados na confiança; no setor adjacente estão as conjeturas e esperanças injustificadas; e mais além há a completa ignorância (p.112).

Mas nem todo o conhecimento presente numa situação tem a mesma importância para os sujeitos nela envolvidos – adverte-nos Espindola (2012) numa citação que faz de Schutz, onde prossegue: “Na verdade, alguns dos fatores de uma situação impõem-se aos atores (...). Outros são isolados pelo indivíduo, que os considera importantes para ele, no momento” (p.162).

OBJETIVO GERAL DO ESTUDO

Ao longo da história o Homem sempre procurou explicar a sua relação com o mundo. Tal desejo surge da necessidade de se identificar e ajustar à realidade envolvente.

A informação constitui uma fonte privilegiada na formação do conhecimento onde a construção de sentido (*sense making*) é essencial para a sua gestão (Mattos & Goulart, 2012). Por seu turno, o conhecimento é importante e necessário para o estudo da formação da realidade social (Espindola, 2012). De acordo com a autora “o conhecimento de algo só se faz possível por meio de crenças,

das impressões (feitas por analogia) e das tipificações (percecionadas) que fazemos da realidade. E essas crenças são proporcionadas pelo instinto e pelo *habitus* cultural do indivíduo” (p.161).

No presente estudo partimos da proposição enunciada por Vala e Monteiro (2013) “de que as pessoas constroem visões do mundo significantes e que o fazem através da interação social e da comunicação quotidiana, as quais ocorrem em contextos sociais diferenciados” (p.570) e temos como objetivo basilar realizar uma reflexão crítica, a partir da literatura de referência, centrando a análise na relação entre o processo de comunicação, o conhecimento adquirido acerca da realidade social percecionada, que dá corpo à cultura², sobre a qual os indivíduos atuam dinamicamente.

Afastamos dos propósitos do presente trabalho enveredar no domínio dos efeitos intencionais ou manipulados da comunicação.

MÉTODO

No que concerne às questões metodológicas, mais que uma escolha entre técnicas, aquelas devem incidir sobre os procedimentos que o investigador assume como forma de chegar ao conhecimento que considera ser possível alcançar (Fortin, 2009).

Atentos ao objetivo do presente estudo, foi nossa opção evocar a teoria hermenêutica pois, pretendemos recolher o sentido do discurso (Coutinho, 2011).

A investigação qualitativa, enraizada na fenomenologia e na hermenêutica, tem, nos últimos anos, conquistado um lugar de excelência nos estudos sobre a ação humana (principalmente nas ciências sociais e humanas), ao propor um discurso em profundidade, de compreensão holística e rico de significados. É, em regra, um tipo de investigação que não procura resultados atingíveis por via de procedimentos estatísticos ou outras técnicas quantitativas.

O objetivo da análise *hermenêutica objetiva* é, de acordo com Vilela e Noack-Napoles (2010) “descortinar a lógica entre as estruturas de reprodução social e as estruturas de transformação, reveladas em algum tipo de texto” (p.305). Foi este o sentido que orientou o presente estudo.

REFLEXÃO CRÍTICA

No estudo realizado por Espindola (2012) defende, a autora, que “A realidade está sempre em construção e é sempre um movimento de adaptação para os indivíduos realizarem uma leitura dos fatos ocorridos no mundo da vida” (p.163).

Mas como podemos definir *realidade*? Como se pode ter certeza que determinado ambiente circunstante é *real*?

Alves (2005) na reflexão que aduz acerca do perigo de falência da realidade invoca as palavras de Benjamin Wooley que considera que a realidade deixou de ser algo (que apela) de “firme” e “objetivo”.

Também Monteiro et al. (2012), a propósito da comunicação, no capítulo intitulado *O homem e os símbolos*, preconizam que

Uma verdade revelada é sempre a verdade de outro (...) e aquilo que ele me transmite não é a verdade, mas a interpretação que ele fez, com todos os seus condicionamentos, daquilo que viu, ouviu ou sentiu. Ele manipulou à sua maneira, de acordo com o seu condicionamento, de acordo com a sua aprendizagem, os símbolos da linguagem e criou a sua realidade (p.28).

Poderemos então afirmar que a realidade não é dogmática. A realidade não é única. Porquanto, o ser humano não é um mero recetor passivo de informação fatural, proveniente de um meio, mas antes é um processador ativo da realidade supostamente objetiva que absorve (Cunha, Rego, Cunha, et al., 2007).

O mesmo episódio pode gerar percepções diferentes em cada indivíduo, enquanto processo pessoal e intrinsecamente subjetivo, ou mesmo, substancialmente diferente de uma realidade objetiva

(Soto & Marras, 2002). Por tal razão Robbins (2004), afirma que ninguém vê a realidade. O que o indivíduo faz não é mais do que uma organização e interpretação das suas impressões sensoriais, com o objetivo de que atribuir um sentido, e a isso chamar-lhe realidade.

Significa, pois, que diferentes pessoas percebem os fenómenos de modos diferenciados e os pressupostos que desenvolvem sobre a realidade percebida acabam por determinar a forma como atuam (Cunha, Rego, Cunha, et al., 2007). Se um indivíduo entender um conjunto de palavras que lhe forem dirigidas como uma agressão, possivelmente, irá reagir no mesmo registo que percecionou. Se, porém, se perceber perante uma situação de perigo, poderá desencadear mecanismos de defesa ou, submisso à inércia, alimentar-se de sentimentos de ansiedade. Ao nível individual, portanto, pela forma como interpreta os factos, e que lhes dá, significado, origina um modo de reação e gestão de um equilíbrio que permita o seu bem-estar (Sequeira, 2007).

A evolução da sociedade potencia mudanças na vida pessoal e no modo como os indivíduos se relacionam (Santos, 2014). Significa pois, que para compreendermos o real sentido de sociedade temos que considerar a dinâmica intrincada de fenómenos que decorrem de um processo de globalização económica, sociocultural e política.

A cada momento a ação é desequilibrada pelas transformações que emergem do interior ou exterior do indivíduo e, em cada nova conduta, procura restabelecer a função de equilíbrio ao mesmo tempo que tende a reforçá-lo, tornando-o mais estável comparativamente com o estágio anterior ao momento de perturbação (Sequeira, 2007).

Seja relativamente a uma simples informação ou um evento, a divergência (ou confronto) de opiniões é frequente entre as pessoas. E, sustentadas em sistemas de valores, sentimentos, crenças e experiências diversas, é impossível determinar qual a posição “correta” ou “verdadeira”. Não sendo as situações entendidas da mesma maneira, é expectável que os comportamentos sejam diferenciados (Vala & Monteiro, 2013).

Neste encontro que o indivíduo faz acerca da rigidez das fronteiras entre os limites que percebe como aceitáveis, para o bem-estar que considera ter por direito, e as experiências que efetivamente vivência, há um espaço que o sujeito interpreta e ao qual procura atribuir-lhe um sentido.

Do confronto sumário das diversas definições do conceito de atitude é possível identificar três componentes fundamentais: (1) Componente cognitiva – respeito à representação mental do objeto, relaciona-se com os pensamentos, conhecimento, crenças e valores; (2) Componente afetiva – representada pelos sentimentos (ou afetos) e emoções relativos a determinado objeto; (3) Componente comportamental – traduzida pela tendência para a ação perante o objeto.

Para Gleitman (1999), da literatura emerge uma forte tendência para afirmar que as atitudes pre-dizem o comportamento. Ferreira, Neves e Caetano (2001) apresentam quatro funções das atitudes: as funções motivacionais (entende-se, pois, que estas são parte de um estado psicológico individual, cujo desenvolvimento ou alteração ocorre de acordo com as necessidades do sujeito); as funções cognitivas (relacionam-se com a forma como é processada a informação, de onde sobressaem dois princípios: o equilíbrio e a dissonância cognitiva); as funções sociais (enquadram-se na esfera da influência social, levando-nos à percepção do quanto o sujeito pode ser influenciado face aos estímulos provenientes do meio, incluindo, naturalmente, a opinião de outros); e, finalmente, as funções de orientação para a ação (remete para a questão da predição do comportamento).

A estabilidade das atitudes é a cada passo ameaçada podendo culminar com a própria alteração de atitudes, mutação que também pode ocorrer no sentido inverso, ou seja, perante determinadas situações as ações do indivíduo podem conduzir a uma alteração da sua atitude. De acordo com Gleitman (1999) este efeito “é produzido por uma tendência para reduzir a dissonância cognitiva” (p. 567).

Com a expressão dissonância cognitiva procura-se descrever um estado de inconsistência entre as atitudes e o comportamento de um indivíduo. Tal estado de inconsistência causa um desconfor-

to interior e, simultaneamente, um desejo de reduzi-lo ou mesmo eliminá-lo. Perante um sentimento de inconsistência, inicia-se um processo de esforço pelo qual o indivíduo procura retomar ao estado de equilíbrio onde atitudes e comportamentos sejam de novo consistentes. Três situações podem ocorrer: (1) mudança de atitude; (2) mudança de comportamento futuro; (3) desenvolvimento de novas formas de compreender ou racionalizar a inconsistência (Schermerhorn, Hunt & Osborn 2001).

Se aceitássemos a definição de atitude como um antecedente do comportamento e apenas atendessemos às componentes cognitivas e afetivas poder-se-ia, numa assunção simplista, entender o comportamento como uma fatalidade. Razão pela qual, estamos em crer que a atitude integra, em absoluto, a terceira componente - a comportamental -, que entendemos como uma tendência para a ação.

Socorrendo-nos da teoria do comportamento planeado de Fishbein e Ajzen estamos em crer, que “todo o comportamento é uma escolha, uma opção ponderada entre várias alternativas, pelo que o melhor preditor do comportamento será a intenção comportamental, sendo a atitude específica apenas um dos ...factores importantes na decisão” (Vala & Monteiro, 2000, p. 209).

Que não haja ilusões: não faz sentido procurar compreender os comportamentos dos sujeitos se o contexto em que os mesmos ocorrem forem ignorados. Significa que, tanto a via disposicional como a situacional – mas principalmente a interação de ambas – podem conferir fundamentos válidos para a compreensão e gestão dos comportamentos. Mas sobretudo é nossa convicção que mais importante ainda do que aquilo que as pessoas fazem será o que exprimem (Paráiso, 2012).

Os indivíduos não são sujeitos passivos de uma realidade fatídica. Antes, “agem, materializando os seus sentidos, as suas interpretações e reflexões em acções concretas (...) o ambiente é criado pelas interpretações e significados que os actores dão às acções já realizadas” (Ferreira et al., 2001, p.162-163).

A confiança e a percepção de justiça funcionam como processos psicológicos que reduzem a elevada vulnerabilidade aos estímulos internos e externos ao sujeito. São essenciais para um equilíbrio e estabilidade dos indivíduos em sociedade. Uma vez estabelecido ficam consolidadas as condições para a assunção de compromissos. Em circunstâncias contrárias os indivíduos sentem-se menos predispostos a investir emocional e comportamentalmente nas relações sociais. A confiança tem, assim, como função gerir a imensa variabilidade de estímulos a que o sujeito está exposto numa assunção voluntária do risco em ambientes altamente instáveis e de incerteza, como aqueles que vivemos atualmente.

A percepção de falta de reciprocidade entre o esforço despendido e aquilo que é compreendido como retorno (recompensa) define um estado e angústia emocional, com tendência ao aparecimento de reacções de resposta associadas.

CONCLUSÕES

Das ciências exatas sabemos - com o *princípio da incerteza* de Heisenberg - que, relativamente a uma qualquer partícula, não é possível determinar simultaneamente com a mesma precisão a velocidade e a posição de um elétron de determinado átomo. Se transpusermos aquele enunciado aos conceitos ditos de ciências sociais e humanas, envoltos de elevada abstração, poderemos afirmar que é impossível saber se alguma percepção, medida ou observação corresponde de facto à realidade.

Cada indivíduo responde aos estímulos do ambiente de acordo com o modo como os percebe e o significado que lhes atribui.

O comportamento humano resulta, nas suas diversas interações, do ajustamento entre indivíduos e situações, e é consequente da interação de dois grandes determinantes: as disposições individuais e os fatores situacionais.

REALIDADE SOCIAL: DA COMUNICAÇÃO AOS COMPORTAMENTOS

Para compreendermos o comportamento do indivíduo, necessitamos conhecer a atmosfera que ele respira; os estímulos sociais, culturais e estruturais que nas diversas interações interpreta e aos quais atribui um significado. Por outras palavras, a compreensão da complexidade do quotidiano passa, necessariamente, por tomarmos consciência de que a realidade é socialmente construída. Assim, a estrutura deve ser vista não apenas em função de determinados atributos, mas fundamentalmente, em razão de padrões emergentes de interação, resultado da interpretação de práticas, costumes, crenças e valores, que abarca a realidade subjetiva inerente ao ambiente circunstante.

O indivíduo constrói a sua própria identidade. É um ator social em determinado tempo e lugar, e diferencia-se enquanto ser único na esfera da sua vida em sociedade, que integra e na qual interage. A interação pressupõe sempre um processo de comunicação implícito e é através deste que o Homem adquire capacidade reflexiva e pensamento crítico para dar forma e sentido à realidade social. De resto, como nos recorda Alfred Schutz, a intersubjetividade constitui uma característica própria do mundo social.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Allport, G. (1985). *The historical background of social psychology*. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology* (3rd ed., Vol. 1, 1-46). New York: Random House.
- Alves, M. P. (2005). Breves notas sobre o perigo da falência da realidade. *Resensio*. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/alves-marta-falencia-realidade.pdf>.
- Bonomo, M., Trindade, Z., Souza, L., & Coutinho, S. (2008). Representações sociais e identidade em grupos de mulheres ciganas e rurais. *Psicologia*, 22(1), 153-181. Disponível em http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0874-20492008000100007&lng=pt&tling=pt.
- Breakwell, G.M. (1993). Social Representations and Social Identity. *Papers on Social*
- Casas, F. (2005). Desafios atuais da Psicologia na intervenção social. *Psicologia & Sociedade*, 17 (2), 42-49.
- Correia, R. & Mainardes, E. W. (2010). O desenvolvimento do contrato psicológico orientado para desempenhos de elevado rendimento. *PSICO*, 41 (2), 266-277.
- Coutinho, C. P. (2011). Metodologias de investigação em ciências sociais e humanas: Teoria e prática. Coimbra: Almedina.
- Cunha, M. P., Rego, A., Cunha, R. C., & Cabral-Cardoso, C. (2007). *Manual de comportamento organizacional e gestão* (6 ed.). Lisboa: Editora RH.
- Durán, C. N. (2000). Uma aproximação à educação para a cidadania na Europa na última década. *Revista Nação e Defesa*, 93(2ª série), 63-88.
- Espindola, P. M. (2012). A fenomenologia de Alfred Schutz: uma contribuição histórica. *Trama Interdisciplinar*, 3(1), 157-171.
- Ferreira, J. M. C., Neves, J., & Caetano, A. (2001). *Manual de psicossociologia das organizações*. Lisboa: McGraw-Hill.
- Fortin, M. (2009). *O processo de investigação: Da concepção à realização*. Loures: Lusociência.
- Gleitman, H. (1999). *Psicologia* (4 ed.). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Guest, D. E. (2004). The psychology of the employment relationship: An analysis based on the psychological contract. *Applied Psychology: An International Review*, 53(4), 541-555.
- Leyens, J-P. & Yzerbyt, V. (1999). *Psicologia social*. Lisboa. Edições 70.
- Martínez-Silveira, M. & Oddone, N. (2007). Necessidades e comportamento informacional: conceitualização e modelos. *Ciência e Informação*, 36(2), 118-127.
- Martins, C. B.(2013). Em defesa do conceito de sociedade. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 28(82), 229-234.

- Mattos, M. C., & Goulart, I. B. (2012). Da possibilidade de uma GIC ampla: Reflexões iniciais entre a ciência da informação e a psicologia social. *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, 2(2), 65-81.
- Massimi, Marina. (1994). O processo psicológico de conhecimento da realidade social, no Brasil do século XVI: caminha e piloto anônimo. *Temas em Psicologia*, 2(3), 109-121
- Monteiro, A. C., Caetano, J., Marques, H., & Lourenço, J. (2012). *Fundamentos de comunicação* (2 ed.). Lisboa. Edições Sílabo.
- Moscovici, S. (1978). *A representação social da psicanálise*. Rio de Janeiro. Zahar.
- Paraíso, I. (2012). Política de austeridad y contrato psicológico en la Administración Pública. (Tese de doutoramento), Departamento Psicología y Antropología : Universidade de Extremadura, Badajoz.
- Robbins, S. P. (2004). *Fundamentos do comportamento organizacional* (7 ed.). São Paulo. Pearson Prentice Hall.
- Santos, A. C. O. (2014). Comunicação e pensamento crítico. *Revista Tecer*, 7(12), 67-73.
- Schermerhorn, J. R., Hunt, J. G., & Osborn, R. N. (2001). *Fundamentos de comportamento organizacional* (2 ed.). Porto Alegre: Bookman.
- Sequeira, J. (2007). *Desenvolvimento pessoal* (5 ed.). Lisboa: Monitor.
- Soto, E., & Marras, J. P. (2002). *Comportamiento organizacional: Impacto de las emociones*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Stern, w. (1971). *Psicologia geral*. Lisboa. Fundação Calouste Gulbenkian.
- Stewart, D. K. (1972). *A psicologia da comunicação*. São Paulo. Forense.
- Tajfel, H. (1982). *Grupos humanos e categorias sociais I*. Lisboa. Livros Horizonte.
- Tedeschi, J. T. & Lindskold, S. (1976). *Social psychology: Interdependence, interaction and influence*. New York. Wiley.
- Vala, J., & Monteiro, M. B. (2013). *Psicologia Social* (9 ed.). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Vilela, R. A. T., & Noack-Napoles, J. (2010). Hermenêutica Objetiva e sua apropriação na pesquisa empírica da educação. *Linhas Críticas*, 16(31), 305-326.
- Watzlawick, P., Beavin, J. H., & Jackson, D. D. (1967). *Pragmática da comunicação humana. Um estudo dos padrões, patologias e paradoxos da interação*. São Paulo. Editora Cultrix.
- WILSON, T. D. (1981) On user studies and information needs. *Journal of Documentation*, 31(1), 3-15, 1981.
- Wilson, T. D. (2005). Evolution in information behavior modelling: Wilson's model. In K. E. Fisher, S. Erdelez & L. McKechnie (Eds.). *Theories of information behavior*, 31-36.

NOTA

A redação do presente trabalho usa a grafia do Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa, aprovado pela Resolução da Assembleia da República n.º 26/91 e ratificado pelo Decreto do Presidente da República n.º 43/91, ambos de 23 de agosto. A transcrição de trechos de artigos e obras consultadas respeitam a grafia em vigor à data da publicação dos mesmos.

¹ Conceito que a autora, por remissão aos estudos de Schutz, define como “disposições interiorizadas pelos indivíduos, adquiridas, que tentam reproduzi-las consciente ou inconscientemente. E adaptam essas disposições nos contextos em que estão inseridos” (p.162).

² No sentido da expressão de Vala e Monteiro (2013) “a cultura dá forma à mente” (p.569).

