

RESUMOS PSICOLOGIA

1. PSICOLOGIA SOCIAL PSICOLÓGICA VS PSICOLOGIA SOCIAL SOCIOLÓGICA

PSICOLOGIA SOCIAL PSICOLÓGICA

Compreende e explica como os pensamentos, sentimentos e comportamentos dos indivíduos são influenciados pela presença atual, imaginada ou implicada de outros.

Ênfase nos processos intraindividuais responsáveis pelo modo como os indivíduos respondem aos estímulos sociais, como são socializados e treinados para assumir normas ou desempenhar papéis sociais.

PSICOLOGIA SOCIAL SOCIOLÓGICA

Estuda a experiência social que o indivíduo adquire a partir da sua participação nos diferentes grupos sociais com os quais convive.

Ênfase nos fenômenos que emergem dos diferentes grupos e sociedades. Investiga categorias sociais como as classes e questões sociais mais amplas como a pobreza, por exemplo.

Psicologia Social Psicológica	Psicologia Social Sociológica
Focalização no indivíduo.	Focalização no grupo ou sociedade.
Os investigadores tentam compreender o comportamento social mediante a análise de estímulos imediatos, estados psicológicos e traços de personalidade.	Os investigadores tentam compreender o comportamento social mediante a análise de variáveis sociais, tais como o estatuto social, papéis sociais e normas sociais.
O objetivo principal da investigação é a predição do comportamento (um jogo de futebol implica sempre que um lado fique triste e outro feliz. O comportamento de um indivíduo pode ser previsto).	O objetivo principal da investigação é a descrição do comportamento.
A experimentação é o principal método de investigação.	Inquéritos e observação participante são os principais métodos de investigação.

A psicologia social sociológica é mais teórica, na medida em que não experimenta, mas descreve. A psicologia social psicológica testa mais e, como tal, é mais prática.

PSICOLOGIA SOCIAL CRÍTICA

Há um ramo na psicologia social que a supervisiona e questiona. A psicologia social crítica adota uma postura crítica em relação às instituições, organizações e práticas da sociedade.

Posiciona-se contra a opressão e a exploração presentes na maioria das sociedades e tem como um dos seus principais objetivos a promoção da mudança social como forma de garantir o bem-estar do ser humano. Não pretende apenas conhecer, mas transformar a realidade.

FACILITAÇÃO SOCIAL

Facilitação social é a tendência para os indivíduos desempenharem melhor tarefas simples ou dominantes quando estão na presença de outras pessoas.

Quando temos que dar respostas mais fora da caixa, mais divergentes, na presença de terceiros, ficamos mais constrangidos. Em grupo, não dizemos tudo aquilo que pensamos.

Social Loafing - representa o fenómeno segundo o qual os indivíduos exercem um menor esforço para atingir um objetivo quando trabalham em grupo, do que quando trabalham individualmente. Para evitar o social loafing devemos clarificar as tarefas de cada elemento do grupo, assim, cada um sabe o seu papel. O grupo deve escolher um tema que lhe agrade, para que assim, se dedique ao mesmo. Se o grupo funcionar bem e de forma coesa é possível que o empenho se demonstre em cada elemento. Se o trabalho/tarefa for um desafio ou muito importante, há mais esforço e empenho, do que se fosse uma tarefa mais do mesmo, banal e simples.

Uma das vertentes da Psicologia Social são as neurociências sociais. As neurociências preocupam-se em conhecer o cérebro, as suas estruturas e como as mesmas se relacionam entre si.

2. FORMAÇÃO DE IMPRESSÕES

A formação de impressões acontece quando, por exemplo, um aluno vê outro com a sua mesa meticulosamente arrumada e assume que o mesmo é obsessivo. Através de uma parcela de informação o aluno cria toda uma impressão sobre o outro que pode nem ter nada a ver com ele. Acontece tanto com pessoas que conhecemos como pessoas que não conhecemos.

As impressões não precisam de ser necessariamente irreais, são é insuficientes para caracterizar uma pessoa. Formar uma impressão, significa organizar a informação disponível acerca de uma pessoa de modo a podermos integrá-la numa categoria significativa para nós. Apesar de uma pessoa poder revelar características diferentes, ou mesmo contraditórias, não hesitamos em criar dela uma impressão unificada.

A formação de impressões depende tanto do outro como de nós. Neste processo, o ser humano não é completamente objetivo e tende a avaliar mais rápido os outros de forma negativa do que positiva. Formam-se impressões através da aparência física, da expressão facial (contacto visual, postura, tom de voz). Às vezes, apenas estímulos não verbais chegam para formar impressões. Pessoas mais bonitas são logo mais aceites e tidas como boas.

COMO FORMAMOS IMPRESSÕES

Não precisamos de muita informação. Esta informação pode ser obtida de forma direta (através da minha perceção dos comportamentos verbais ou não verbais do outro) ou indireta (com base naquilo que outros dizem acerca da pessoa – se me dizem que x pessoa é chata, à partida condicionará a minha primeira interação com a mesma);

A avaliação é um componente fundamental de organização das primeiras impressões, podendo ser de três tipos: **afetivo** (posso não me relacionar com a pessoa por fatores meus/ porque não me identifico, porque me parece irritante, etc. gosto ou não gosto), **moral** (avaliações morais sobre a pessoa – se é má, se é justa, se é bondosa) e **instrumental** (se a pessoa é ou não competente na hora de levar a cabo as tarefas que lhe foram atribuídas).

ABORDAGENS NA FORMAÇÃO DE IMPRESSÕES

- **Abordagem configuracional**

A formação de impressões é basicamente determinada pelas estruturas e pelos processos cognitivos e afetivos do indivíduo que percebe (aquele que está a formar as impressões).

- **Abordagem da integração da informação**

A formação de impressões é guiada pelos dados, onde são determinantes as características físicas e comportamentais da pessoa alvo (sobre a qual estão a ser formadas as impressões).

EFEITO DE HALO

Consoante se crie uma primeira impressão, imediatamente positiva ou negativa de outra pessoa, há tendência para a percebermos nessa pessoa características que sejam consistentes com a impressão formada. Quando a início a pessoa nos passa características positivas associamos logo outras igualmente positivas e não costumamos ver logo o lado negativo.

Quando conhecemos alguém que consideramos simpático, não temos dificuldade em considerar que essa pessoa é também honesta, inteligente, afiável, ... É como no caso de pessoas bonitas ser mais bem-sucedidas. Essa característica positiva leva as pessoas a desacreditar que o sujeito possa ter características negativas. O mesmo acontece ao contrário.

INFLUÊNCIAS NA FORMAÇÃO DE IMPRESSÕES

Distorção de positividade - As pessoas estão mais dispostas a fazer avaliações positivas do que negativas relativamente a outros, os outros são essencialmente avaliados como semelhantes ao próprio;

Distorção de negatividade – uma informação negativa torna-se mais importante do que a positiva – normalmente é mais difícil mudar uma primeira impressão desfavorável do que uma primeira impressão favorável;

As distorções de positividade e negatividade podem ser influenciadas pelas expectativas relacionadas com os contextos relacionais em que se rege a interação – o efeito de positividade é menor quando existe a expectativa de uma relação de competitividade. As expectativas que temos relativamente ao género de relações que queremos estabelecer com os outros determina o tipo de distorção que se vai dar.

3. ATRIBUIÇÕES

As atribuições ajudam-nos a prever e a controlar a nossa experiência social. Procura relações de causalidade (porque é que x acontece?). Procura responder à questão: porquê? Sentimos a necessidade de saber porquê, que nos faz sentir em controlo. Quando penso “porque é que isto aconteceu?” estou em processo de atribuição.

A atribuição da causalidade tem um forte impacto na vida diária (porque é que isto acontece?). As atribuições podem não ser exatas, mas estão sujeitas a erros. As pessoas comportam-se em função de como percebem e interpretam os factos.

A atividade atribucional desempenha uma função adaptativa. Quando arranjam uma explicação falsa, mas que pensamos que vai ser plausível para a pessoa a quem a dizemos, estamos-nos a adaptar à pessoa da forma que achamos correta.

1. ATRIBUIÇÃO CAUSAL

Usam-se para explicar o sucesso, o fracasso ou a falta de controlo de um acontecimento. Temos sempre uma tentativa de explicação sobre o que aconteceu, porque nos dá uma ilusão de que estamos no controlo da situação. Tendemos a atribuir causas boas a nós e causas más a outros. Se a minha nota foi boa é porque estudei e me dediquei (causa disposicional – interna);

se a minha nota foi má é porque o professor não gosta de mim ou porque alguém me distraiu (causa situacional – externa). Autoatribuição e hétero atribuição.

2. ATRIBUIÇÃO DISPOSICIONAL

Procura inferir características do indivíduo a partir das ações que este realiza: são essas características que permitem explicar o comportamento; sustentam a atribuição para a ação e inferências sobre a personalidade.

3. ATRIBUIÇÃO DE RESPONSABILIDADE

A responsabilidade moral impede-nos de fazer muita coisa, já que não é moralmente aceitável e conveniente. Posso fazer algo moralmente inaceitável sem ser legalmente punido. Quando digo “aquela atirou-lhe o guarda-chuva ao chão de propósito” estou a atribuir um comportamento moralmente mau, dando a ideia de que ela é má. Trata-se de uma responsabilização relativa a um efeito produzido.

TEORIA DA ATRIBUIÇÃO DA CAUSALIDADE – FRITZ HEIDER

O autor sugere que o ser humano tenta compreender os outros para tornar o mundo mais previsível e que se esforça para explicar os acontecimentos que presencia e, para tal, estabelece uma diferenciação entre as causas que podem ser atribuídas à pessoa.

Existem as causas disposicionais (internas), como por exemplo, os fatores de personalidade, a motivação para realizar algo, os esforços despendidos numa tarefa.

Existem também as causas situacionais (externas) que têm em conta o contexto e não o sujeito. São exteriores ao ser humano. Pode não poder fazer x porque o espaço em que se insere não o permite.

Nota: as atribuições não se relacionam com causas reais de comportamento, mas com as perceções de realidade feitas por nós. Trabalhamos com a nossa perceção da realidade.

TEORIA DA INFERÊNCIA CORRESPONDENTE – JONES E DAVIS

Esta teoria diz que a partir de um único comportamento podemos atribuir uma intenção àquilo que aquela pessoa fez – inferência correspondente. Estudam-se as inferências que uma pessoa forma quando exposta ao comportamento de outra.

Há duas condições para que o observador possa aceder às intenções de um ator:

- O ator deve conhecer as consequências dos seus atos (conhecimento);
- O ator deve ser capaz de produzir os efeitos observados (capacidade).

As inferências correspondentes são influenciadas por 3 fatores. **Ocorrem por livre escolha** – em geral, os comportamentos livres e não forçados tendem a produzir inferências correspondentes. **Produzem efeitos não comuns** – refere-se a elementos da ação que não são tão partilhados por outras ações; os comportamentos menos prováveis fornecem ao observador maior quantidade de informação acerca das disposições pessoais do ator. **São baixas em desejabilidade social** – um comportamento conforme as expectativas facultada ao observador escassa informação a respeito de motivos ou intenções pessoais do ator.

TEORIA DA ATRIBUIÇÃO – KELLEY

Procuramos um padrão e inferimos causa e efeito a partir desse padrão quando: observamos uma pessoa várias vezes e observamos outras pessoas em situações semelhantes. Quando um colega entra na sala e dá sempre um pontapé na cadeira achamos que o problema é dele. É sempre ele a seguir esse padrão. No entanto, se observarmos mais pessoas a fazer o mesmo já pode ser problema da sala em que é preciso dar o pontapé para entrar.

Kelley apontou 3 tipos gerais de explicação para interpretarmos o comportamento dos outros: podemos atribuir a responsabilidade ao ator, ao alvo com que o ator interage ou ao contexto da situação. Estes tipos de explicação seguem 3 variáveis (porque é que a Judite foi simpática para o António?):

- **Distintividade:** um comportamento só pode ser atribuído com exatidão a alguma causa se só ocorre quando essa causa está presente. A Judite é sempre simpática para todos – baixa distintividade. Não há grande causa para a Judite ter sido tão simpática com o António, porque o é sempre com todos;
- **Consenso:** os outros comportam-se do mesmo modo em relação à mesma entidade. A Judite é sempre simpática com o António – alta consistência. Há um padrão comportamental.
- **Consciência:** perante uma determinada causa, o comportamento é sempre o mesmo. Quase ninguém é simpático com o António – baixo consenso. Não há um padrão.

Pode-se atribuir o comportamento a causas internas: a Judite é uma pessoa simpática. Ou externas: O António fez com que fossem simpáticos com ele.

MODELO DE ATRIBUIÇÃO – WEINER

Weiner acrescenta ao modelo de Heider uma segunda dimensão (estável/instável). Supõe que os indivíduos ao formularem atribuições consideram que se a causa está no interior ou no exterior do indivíduo, também se perdura no tempo, sendo estável ou instável. Pode ser também controlável ou incontrolável.

4. INFLUÊNCIA SOCIAL E PERSUASÃO

As nossas decisões são baseadas em nós e apenas em nós ou baseamo-nos também no comportamento dos outros? O modelo da outra pessoa pode ser positivo ou negativo. Podemos querer ser como ela ou não querer evitando a sua influência.

A influência social inclui um conceito chamado conformidade. A conformidade pode ser definida como a mudança no comportamento ou nas opiniões de um indivíduo em resultado da influência real (sabemos de facto que x pessoas se vai comportar de tal forma e fazemos o mesmo) ou imaginária de outros (assumimos sem saber que x pessoa fará aquele comportamento e fazemos também). As pessoas gostam de se incluir e ser aceites.

Influência social informativa: quando vemos os outros como fonte de informação, e acreditamos que a sua interpretação de uma situação ambígua é mais correta que a nossa, ajudando-nos a escolher.

Quadro de referência de Muiser Sherif. Pretendeu perceber o papel da atividade subjetiva de cada indivíduo na criação dos quadros de referência.

5. RELAÇÕES INTERPESSOAIS: IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO

É impossível não comunicar. Precisamos disso para nos relacionarmos. Comunicamos através de sinais verbais, sinais escritos e sinais não verbais. O modo de vestir, os cuidados pessoais, o que se faz e como se faz, é o resultado de um processo de interação, através do qual comunicamos com os outros. Seja qual for o modo como nos dirigimos ao outro, veiculamos sempre, através do que dizemos e do modo como dizemos, uma mensagem. O modo de comunicar e as linguagens específicas utilizadas pelo ser humano são-lhe transmitidas pelas pessoas que o rodeiam.

O feedback que os outros dão da nossa comunicação permite-nos decidir quais os processos de comunicação que, posteriormente, devemos utilizar e adotar, para obter o efeito esperado. O fenómeno de retroação (feedback) ou confirmação da mensagem é então essencial.

Podemos, pois, afirmar que comunicar é transformar os elementos brutos que nos afetam, em informações significativas, reduzindo o grau de incerteza e de ansiedade que o desconhecido provoca no ser humano.

A comunicação é fundamental em qualquer sociedade porque:

- Permite a produção e reprodução dos sistemas sociais – cada pessoa ocupa um determinado lugar na sociedade e o seu desempenho é aprendido através do processo de comunicação;
- É o sistema social que determina o modo como os seus membros comunicam - o sistema social estabelece canais de comunicação adequados aos diferentes tipos de interação e determina com quem devemos comunicar com mais frequência. As pessoas que pertencem a grupos sociais diferentes têm formas próprias de comunicar e interpretam de forma diferente o conteúdo das mensagens;
- O conhecimento do sistema social permite fazer previsões acerca das pessoas, do seu comportamento e do modo como comunicam – se a um determinado papel correspondem padrões de comportamento específicos, então, podemos prever, em relação às pessoas que desempenham esse papel, o seu comportamento e o modo de comunicar. Essa previsibilidade torna possível ajustar o nosso comportamento e adotar um modelo de comunicação, facilitador de interação.

LINGUAGEM VERBAL

Quando a comunicação é utilizada por meio de palavras, estamos a utilizar a linguagem verbal, que pode ser escrita ou oral (a mais utilizada e privilegiada na nossa sociedade).

LINGUAGEM NÃO VERBAL

Gestos, posturas, expressões faciais, silêncios, roupas. Os elementos não verbais ajudam o sujeito a verificar as intenções da pessoa que fala, reforçando a mensagem verbal. A comunicação não verbal pode facilitar, ou não, o processo de comunicação interpessoal.

Comunicação proxémica – ocupação do espaço. Gostamos de ter o nosso “território” e quando invadem o nosso espaço ficamos mais na defensiva.

Comunicação cinésica – gestos usados para comunicar.

Comunicação paralinguística – maneira de falar, voz. Tende a ser mais autêntica que a comunicação verbal. É mais difícil de controlar.

SINAIS DO MOVIMENTO DO CORPO

- Emblemas (ex.: gesto que significa);
- Ilustradores (movimentos que ilustram o que se diz – abanar a cabeça para negar);
- Demonstrações de afeto;
- Reguladores (indicam fim de conversa, por ex.);
- Adaptadores (adaptar o corpo à situação. Ex.: beliscar-se).

Funções da linguagem não verbal (repetir a linguagem verbal; contradizê-la, substituí-la, complementá-la, acentuá-la, regulará-la).

A maneira como olhamos e somos olhados comunica hostilidade, simpatia, desafio. Quando comunicamos, devemos sorrir, pois o sorriso melhora a imagem de quem comunica, torna-o mais atraente e melhora o relacionamento com os outros.

Ao comunicar com o interlocutor deve-se evitar: braços cruzados, mãos na cintura, mãos nos bolsos, mãos atrás das costas, gestos agressivos, apontar o dedo.

À medida que cada um de nós se foi desenvolvendo, elaborámos uma aprendizagem individual, significativa, que fez de nós um ser diferente do outro. Daí haver quebras de comunicação e mal-entendidos. Cada um vê o mundo à sua maneira.

A comunicação faz-se através de:

- Índices – elementos que nos comunicam algo, sem que haja intenção de comunicar (ex.: nuvens no céu é sinal que vai chover);
- Sinais (algo que o sujeito utiliza com a intenção de comunicar). Aqui há o significante (sons captados) e o significado (aquilo que as frases e as palavras querem dizer). Existem os signos e os símbolos.

Quando uma mensagem é recebida em perfeitas condições existe fidelidade. Acontece quando o objetivo do emissor é atingido.

A comunicação serve para informar, persuadir ou motivar, educar, socializar e distrair.

Comportamento gera comportamento. A maneira como nos comportamos afeta a forma com os outros se comportam. O nosso comportamento afeta, positiva ou negativamente, a relação que estabelecemos com os outros. Devemos estar atentos ao nosso comportamento e ao modo como comunicamos verbal e não verbalmente, pois isso influencia muito o modo como o outro se relaciona connosco. Podemos ir ajustando os nossos comportamentos à medida que vamos crescendo. O comportamento profissional, em especial, pode assemelhar-se a uma máscara, pois o sujeito deve ser exemplar na sua relação.

6. NECESSIDADE DE PERTENÇA, ISOLAMENTO SOCIAL E SOLIDÃO

O mito da hermafrodita (tinha os 2 sexos mas era demasiado poderoso. Zeus dividiu em 2 sexos. Segundo o mito, H e M procuram-se um ao outro para se juntarem e ultrapassarem a imperfeição) é uma tentativa poética em relação à necessidade de contacto humano.

BELONGINGNESS HYPOTHESIS – hipótese da necessidade de pertença -- sugere que os seres humanos têm uma necessidade básica de formar e manter relações interpessoais positivas, significativas e duradoiras. Os indivíduos procuram outras pessoas para formarem o seu “eu”.

A sociabilidade é vista como a necessidade de companhia dos outros para reagir ao **isolamento social** – ausência objetiva de relacionamentos com outros (medido pelo número de laços significativos que a pessoa mantém).

Solitude “estar só” – condição objetiva. Potencial positivo para estar só. Momento de liberdade para o indivíduo selecionar, sem estar sujeito a constrangimentos sociais, as atividades em que pretende envolver-se.

Solidão “loneliness” – condição subjetiva. Experiência desagradável que ocorre quando a rede de relações sociais do indivíduo é deficitária em algum dos aspetos que este privilegia, expressando uma necessidade de pertença e de relacionamento com os outros. É definida como o resultado negativo de uma avaliação cognitiva da discrepância entre a quantidade e a qualidade das relações existentes e das relações padrão desejadas. Não é sinónimo de isolamento ou de “solitude”. Deriva de falhas nas relações sociais do indivíduo.

A solidão poderá resultar do isolamento social e da experiência objetiva de estar só.

Pessoas socialmente isoladas podem ou não sentir-se sozinhas, uma vez que a dimensão da solidão resulta de uma avaliação subjetiva do próprio.

FORMAS DE SOLIDÃO

Solidão emocional – ausência de uma figura íntima ou de um vínculo emocional próximo;

Solidão social – ausência de um grupo mais alargado de contactos sociais;

Solidão traço – experiência persistente e prolongada de solidão. “pessoas solitárias”.

Solidão estado – experiência momentânea e passageira de solidão.

O CICLO AUTO-REFORÇADOR DA SOLIDÃO

Cacioppo perspetivou o isolamento social como equivalente a sentimentos de insegurança, que levam a que os indivíduos estejam sempre hipervigilantes em relação a potenciais ameaças do meio envolvente. Este processo inconsciente de hipervigilância para com as ameaças sociais percebidas produz um conjunto de distorções cognitivas, levando a que estes indivíduos olhem para o mundo como um local socialmente ameaçador. Estes indivíduos recordam, preferencialmente, as interações sociais mais negativas e evitam relacionarem-se com os outros.

EFEITOS DA SOLIDÃO E DO ISOLAMENTO SOCIAL NA EXPERIÊNCIA FÍSICA E PSICOLÓGICA

A solidão parece predizer a mortalidade, estando associada a uma diversidade de condições físicas adversas como riscos cardiovasculares, pressão arterial e níveis de colesterol mais elevados. Parece estar igualmente associada a um funcionamento cognitivo mais pobre e a perturbações psicológicas (desordens de personalidade e perturbações psicóticas). Níveis mais elevados associam-se a timidez, ansiedade, raiva e menos competências sociais.

Quando a experiência de estar só é percebida pelos indivíduos como uma condição escolhida por si, os seus níveis de afeto positivo são muito mais elevados, que quando comparados com os que estão sozinhos por condições externas.

Larson explica o potencial positivo de estar só, sugerindo que a experiência de “solitude” corresponde a um “nicho experiencial”, que pode ser encarado como um momento em que o indivíduo está a salvo do julgamento dos outros e das exigências das normas sociais. Pode resultar em oportunidades desenvolvimentais para o indivíduo, permitindo-lhe aceder a um estado de privacidade que lhe permite entrar em processos mais reflexivos e criativos.

ABORDAGENS PARA AJUDAR AS PESSOAS A LIDAR COM A SOLIDÃO

Terapia voltada para os contactos sociais. Treino de competências sociais para melhorar a habilidade de interagir. Terapia de grupo para aumentar a sensibilidade.

7. ATRAÇÃO INTERPESSOAL

Emoção positiva em relação a outros que nos leva a procurar a sua companhia. É constituída por 3 componentes:

- Cognitiva – o indivíduo A avalia positivamente o indivíduo B;
- Afetiva – A experimenta, na interação com B, um conjunto de emoções e sentimentos positivos;
- Comportamental – A tende a desenvolver um conjunto de ações que o aproximam de B ou o favorecem.

Um dos fatores da atração interpessoal é a necessidade de estarmos próximos dos outros e de obtermos satisfação e suporte emocional.

A proximidade (física da pessoa – quanto mais juntos estiverem mais se podem atrair), a semelhança (as pessoas gostam de outras semelhantes a elas - sentimos que os nossos pontos de vista são reforçados por outros), a atração física (pessoa atraente procura outra atraente, geralmente) e a complementaridade (as vezes a pessoa pode ser muito diferente mas sentimos que nos completa), são alguns dos fatores mais importantes e evidentes capazes de influenciar o fenómeno da atração.

FORMAS DE ATRAÇÃO – O AMOR

Se as atrações passarem a ser suficientemente íntimas, a sua relação passa a ser amor. Muito se tenta classificar os tipos de amor, mas é muito complexo. De acordo com o psicólogo Robert Sternberg, o amor possui 3 componentes principais: **intimidade, paixão e decisão/compromisso**. Diferentes combinações formam diferentes tipos de amor.

Amor complexo – intimidade + paixão + decisão/compromisso

Gostar – intimidade

Amor vinculado – intimidade + compromisso

Amor romântico – intimidade + paixão

Loucura – paixão

Amor vazio – decisão/compromisso

Amor fátuo – paixão + decisão/compromisso

Outros psicólogos apontam para 6 estilos de amar: romântico, fracassado, possessivo, cooperativo, pragmático, lúdico, altruísta.

8. COMPORTAMENTO EM GRUPOS

A abordagem dos grupos pode ser utilizada para ajudar as pessoas a responder a quase qualquer tipo de necessidade. Os participantes de grupos de suporte sobre doenças específicas adquirem uma enorme quantidade de conhecimentos acerca dessas doenças e cerca de 70% dos participantes referem um decréscimo significativo de tensão e ansiedade.

A expressão “dinâmica de grupo” surgiu de Kurt Lewin. A definição inclui influências poderosas que influenciam o indivíduo e o estudo destes processos.

3 FORMAS DIFERENTES DE USAR O TERMO “DINÂMICA DE GRUPOS”

- **SENTIDO AMPLO**

Fenômenos que sucedem quando 2 ou mais pessoas se reúnem formando um grupo. Todos os membros intervêm formando a “dinâmica de grupo”.

- **CIÊNCIA PURA OU CAMPO DE ESTUDO**

Procura perceber porque é que os grupos humanos se comportam de dada maneira. Aplicam-se métodos científicos à investigação.

- **CIÊNCIA APLICADA**

Procura definir um conjunto de métodos práticos de trabalho com grupos, baseado nos processos identificados de dinâmica de grupo.

Lewin – um grupo pressupõe interdependência entre os seus membros.

Forsyth – dois ou mais indivíduos interdependentes que se influenciam mutuamente através da interação social.

Minicucci – o grupo é entendido como um conjunto de pessoas que são interdependentes na tentativa de realização de objetivos comuns e que visam um relacionamento interpessoal satisfatório.

Douglas – pressupostos comuns a todos os tipos de grupo: proximidade física por períodos de tempo curtos ou longos; pelo menos ténue necessidade de interdependência.

Elizalde – o grupo é entendido como um conjunto de forças que atuam sobre os seus membros: interpessoal; intrapessoal; grupal.

Os grupos têm 2 tipos de funções: efeito remediador e efeito pedagógico.

Critérios para classificar grupos: slide 14