

Prefeitura Municipal de Goiânia do Estado de Goiás

# GOIÂNIA-GO

Analista em Assuntos Sociais - Psicólogo

FV098-N0

Todos os direitos autorais desta obra são protegidos pela Lei nº 9.610, de 19/12/1998.  
Proibida a reprodução, total ou parcialmente, sem autorização prévia expressa por escrito da editora e do autor. Se você conhece algum caso de "pirataria" de nossos materiais, denuncie pelo [sac@novaconcursos.com.br](mailto:sac@novaconcursos.com.br).

### **OBRA**

Prefeitura Municipal de Goiânia - GO

Analista em Assuntos Sociais - Psicólogo

Edital Nº 001/2020

### **AUTORES**

Língua Portuguesa - Profª Zenaide Auxiliadora Pachegas Branco e Rebecca Soares

Matemática - Profº Bruno Chierigatti e Joao de Sá Brasil

Atualidades e História, Geografia e Conhecimentos Gerais de Goiânia e do Estado de Goiás - Profª Roberta Amorim e Profº Heitor Ferreira

Conhecimentos Específicos - Profª Silvana Guimarães

### **PRODUÇÃO EDITORIAL/REVISÃO**

Josiane Sarto

Leandro Filho

### **DIAGRAMAÇÃO**

Willian Lopes

### **CAPA**

Joel Ferreira dos Santos



[www.novaconcursos.com.br](http://www.novaconcursos.com.br)

[sac@novaconcursos.com.br](mailto:sac@novaconcursos.com.br)

# SUMÁRIO

## LÍNGUA PORTUGUESA

Leitura e análise de textos de diferentes gêneros textuais. Linguagem verbal e não verbal. Mecanismos de produção de sentidos nos textos: polissemia, ironia, comparação, ambiguidade, citação, inferência, pressuposto. Significados contextuais das expressões linguísticas. Organização do texto: Fatores de textualidade (coesão, coerência, intertextualidade, informatividade, intencionalidade, aceitabilidade, situacionalidade). Progressão temática. Sequências textuais: descritiva, narrativa, argumentativa, injuntiva, dialogal. Tipos de argumento.....	01
Funcionalidade e características dos gêneros textuais oficiais: ofício, memorando, e mail, carta comercial, aviso, e mail etc.....	31
Uso dos pronomes.....	64
Pontuação.....	71
Características dos diferentes discursos (jornalístico, político, acadêmico, publicitário, literário, científico, etc.).....	75
Organização da frase: Processos de coordenação e de subordinação.....	75
Verbos que constituem predicado e verbos que não constituem predicado. Tempos e modos verbais.....	85
Concordância verbal e nominal.....	96
Regência dos nomes e dos verbos.....	103
Constituição e funcionalidade do Sujeito. Classes de palavras.....	110
Formação das palavras. Composição, derivação.....	130
Ortografia oficial.....	133
Fonemas.....	137
Acentuação gráfica.....	140
Variação linguística: estilística, sociocultural, geográfica, histórica. Variação entre modalidades da língua (fala e escrita). Norma e uso.....	143

## MATEMÁTICA

Conjuntos Numéricos. Números naturais e números inteiros: operações, relação de ordem, divisibilidade, máximo divisor comum, mínimo múltiplo comum e decomposição em fatores primos. Números racionais e irracionais: operações, relação de ordem, propriedades e valor absoluto. Números complexos: conceito, operações e representação geométrica.....	01
Progressão Aritmética e Progressão Geométrica: Razão, termo geral e soma dos termos. Situações problema envolvendo progressões.....	24
Noções de Matemática Financeira: Razão e Proporção . Porcentagem. Juros simples e composto.....	29
Equações e Inequações: Conceito. Resolução e discussão.....	38
Funções: Conceito e representação gráfica das funções: afim, quadrática, exponencial, logarítmica, trigonométricas e modulares. Situações problema envolvendo funções.....	46
Sistemas de equações: Conceito. Resolução, discussão e representação geométrica.....	57
Análise Combinatória: Princípio fundamental de contagem. Combinações e permutações.....	57
Noções de Estatística: Apresentação de dados estatísticos: tabelas e gráficos. Medidas de centralidade: média aritmética, média ponderada, mediana e moda.....	64

# SUMÁRIO

## ATUALIDADES E HISTÓRIA, GEOGRAFIA E CONHECIMENTOS GERAIS DE GOIÂNIA E DO ESTADO DE GOIÁS

História de Goiás: o bandeirantismo e sociedade mineradora. Goiás nos séculos XIX e XX e a construção de Goiânia. Geografia de Goiás: regiões goianas. Patrimônio natural, cultural e histórico de Goiás. Aspectos históricos, geográficos, econômicos e culturais de Goiânia.....	01
Temas relevantes de diversas áreas em evidência no mundo e no Brasil na atualidade: política, economia, sociedade, cultura, meio ambiente, tecnologia, educação, saúde, relações internacionais e suas conexões com o contexto histórico. Epidemias. Migrações. Globalização. Democracia. Mundo do trabalho na atualidade. Desastres ambientais no Brasil contemporâneo. Mobilidade Urbana. Direitos Humanos.....	20

## CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Vertentes Teóricas e Cultura Organizacional; Teoria da organização; Cultura Organizacional; Socialização Organizacional.....	01
Paradigmas: Conceitos, Elementos e Processos. Criatividade e Inovação.....	10
Desenvolvimento Organizacional; Comportamento organizacional e cidadania.....	11
Ética nas Organizações.....	14
Gestão de Pessoas. Gestão de pessoas e suas características fundamentais. Processos da Gestão de pessoas. Conceitos de RH ou de Gestão de Pessoas; Novos papéis da função de RH; Mudanças e Transformações no Cenário Mundial. Planejamento Estratégico de RH. Estratégia Organizacional e de RH.....	19
Saúde do Trabalhador. Doenças ocupacionais e Saúde mental; Estresse; Ler/Dort e doenças osteomusculares. Burnout.....	42
Estratégias de enfrentamento a problemas.....	45
Qualidade de vida. Bem estar.....	54
Técnicas e instrumentos de avaliação psicológica.....	57

# ÍNDICE

## CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Vertentes Teóricas e Cultura Organizacional; Teoria da organização; Cultura Organizacional; Socialização Organizacional.....	01
Paradigmas: Conceitos, Elementos e Processos. Criatividade e Inovação.....	10
Desenvolvimento Organizacional; Comportamento organizacional e cidadania.....	11
Ética nas Organizações.....	14
Gestão de Pessoas. Gestão de pessoas e suas características fundamentais. Processos da Gestão de pessoas. Conceitos de RH ou de Gestão de Pessoas; Novos papéis da função de RH; Mudanças e Transformações no Cenário Mundial. Planejamento Estratégico de RH. Estratégia Organizacional e de RH.....	19
Saúde do Trabalhador. Doenças ocupacionais e Saúde mental; Estresse; Ler/Dort e doenças osteomusculares. Burnout.....	42
Estratégias de enfrentamento a problemas.....	45
Qualidade de vida. Bem estar.....	54
Técnicas e instrumentos de avaliação psicológica.....	57

## **COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL**

Comportamento Organizacional “é um campo de estudo que investiga o impacto que indivíduos, grupos e a estrutura têm sobre o comportamento dentro das organizações com o propósito de aplicar este conhecimento em prol do aprimoramento da eficácia de uma organização”.

Tem por finalidade compreender os “espaços vazios” da organização de forma que estes não prejudiquem o desenvolvimento da organização, possibilitando, assim, reter talentos, evitar o *turnover* e promover engajamento e harmonia entre os *stakeholders*.

Ter uma compreensão quanto ao comportamento organizacional é extremamente importante para que as lideranças possam prever, e especialmente evitar, problemas individuais ou coletivos entre os colaboradores.

O comportamento organizacional refere-se a comportamentos relacionados a cargos, trabalho, absenteísmo, rotatividade no emprego, produtividade, desempenho humano e gerenciamento.

Refere-se ainda à motivação, liderança, poder, comunicação interpessoal, estrutura e processos de grupo, aprendizagem, desenvolvimento e percepção de atitude, processo de mudanças, conflitos.

Considerando que, diferentemente das organizações, que possuem uma certa formalidade em sua essência, as pessoas são mais complexas, mais influenciáveis por variáveis diversas e, muitas vezes, são pouco previsíveis.

Ao apresentar aos funcionários os ritos, crenças, valores, rituais, normas, rotinas e tabus da organização, o que se pretende é buscar a sua identificação com os padrões a serem seguidos na empresa. Dessa forma, se fornece um senso de direção para todas as pessoas que compartilham desse meio. As definições do que é desejável e indesejável são introjetadas pelos indivíduos atuantes no sistema, orientando suas ações nas diversas interações que executam no cotidiano.

Reconhecer os significados e a própria razão de ser da empresa, bem como se familiarizar com as percepções e comportamentos mais aceitos e valorizados na organização, conduz os funcionários a uma uniformidade de atitudes, o que é positivo no sentido de possibilitar maior coesão. No entanto, pode levar a uma perda de individualidade, pois o comportamento dos indivíduos passa a ser uma extensão do grupo, muitas vezes se estendendo para ambientes externos da organização, quando passam a adotar comportamentos padronizados nas mais diversas situações.

Entre os Níveis de Estudos dos Comportamentos Organizacionais, destacamos:

- Nível Individual – Estuda as expectativas, motivações, habilidades e competências que cada colaborador demonstra individualmente por meio de seu trabalho.
- Nível Grupal – Estuda a formação das equipes, dos grupos, as funções desempenhadas por estes e a comunicação e interação uns com os outros, além de estudar a influência e o poder do líder neste contexto.

Ao ingressar em uma organização, indivíduos com características diversas se unem para atuar dentro de um mesmo sistema sociocultural na busca de objetivos determinados. Essa união provoca um compartilhamento de crenças, valores, hábitos, entre outros, que irão orientar suas ações dentro de um contexto preexistente, definindo assim as suas identidades.

Segundo Dupuis (1996), são os indivíduos que, por meio de suas ações, contribuem para a construção de sua sociedade. Entretanto, os indivíduos agem sempre dentro de contextos que lhes são preexistentes e orientam o sentido de suas ações. A construção do mundo social é assim mais a reprodução e a transformação do mundo existente do que sua reconstrução total. Para Berger e Luckmann (1983), a vida cotidiana apresenta-se para os homens como realidade ordenada. Os fenômenos estão pré-arranjados em padrões que parecem ser independentes da apreensão que cada pessoa faz deles, individualmente.

Dentro dessa perspectiva, a ação humana, em nível do indivíduo e do grupo, mediada pelos processos cognitivos, e interdependente do contexto, varia conforme a inserção ambiental e o tipo de organização, tanto quanto também varia internamente em suas subunidades. É importante salientar que o universo simbólico integra um conjunto de significados, atribuindo-lhes consistência, justificativa e legitimidade. Em outras palavras, o universo simbólico possibilita aos membros integrantes de um grupo uma forma consensual de apreender a realidade, integrando os significados e viabilizando a comunicação.

É por meio desse compartilhar da realidade que as identidades dos indivíduos nas organizações são construídas, ao se comunicar aos membros, de forma tangível, um conjunto de normas, valores e concepções que são tidas como certas no contexto organizacional. Ao definir a identidade social dos indivíduos, o que se pretende é garantir a produtividade, pela harmonia e manutenção do que foi aprendido na convivência. É importante ressaltar que muitas vezes essas identidades precisam ser reconstruídas quando a empresa se vê diante de situações que exigem mudanças.

Daí vem o papel principal da análise do comportamento organizacional, que é o de permitir fazer uma leitura da dinâmica existente na organização e como essa interfere e influencia o comportamento das pessoas envolvidas.

Considerando que nas relações entre indivíduo e organização existe uma troca de interesses, de conteúdo, de aporte, entre tantos outros aspectos, gerir essa troca é papel da área de gestão de pessoa, que garante que, nessa troca, ambas as partes fiquem satisfeitas.

## CULTURA ORGANIZACIONAL

A cultura organizacional tem por finalidade conceituar os valores e as crenças de uma organização, gerando um entendimento consciente e coletivo sobre a mais indicada e adequada forma de se comportar dentro da organização. Assim como também gera um ajuste quase que automático na interação entre os indivíduos, ressaltando-se que não necessariamente essa cultura esteja formalmente instituída, pois, em alguns casos, esses valores são compartilhados entre as pessoas, habitualmente, sem que haja um regra formal que a leve a agir dessa forma.

Entre os benefícios que a cultura organizacional pode trazer à organização, podemos citar:

- Vantagem competitiva derivada de inovação e serviço ao cliente;
- Maior desempenho dos empregados;
- Coesão da equipe;
- Alto nível de alinhamento na busca da realização de objetivos.

A cultura organizacional tem como base algumas características básicas que, em conjunto, capturam a essência de uma organização:

- Inovação e assunção de riscos: o grau em que os funcionários são estimulados a inovar e assumir riscos.
- Atenção aos detalhes: o grau em que se espera que os funcionários demonstrem precisão, análise e atenção aos detalhes.
- Orientação para os resultados: o grau em que os dirigentes focam mais os resultados do que as técnicas e os processos empregados para seu alcance.
- Orientação para as pessoas: o grau em que as decisões dos dirigentes levam em consideração o efeito dos resultados sobre as pessoas dentro da organização.
- Orientação para as equipes: o grau em que as atividades de trabalho são mais organizadas em termos de equipes do que de indivíduos.
- Agressividade: o grau em que as pessoas são competitivas e agressivas em vez de dóceis e acomodadas.
- Estabilidade: o grau em que as atividades organizacionais enfatizam a manutenção do status quo em contraste com o crescimento.

As organizações contemporâneas têm percebido a importância do comportamento organizacional como fator competitivo nos últimos tempos.

Atualmente, devido aos avanços em tecnologia e informação, as pessoas têm tido maiores oportunidades de se desenvolver e se tornar diferenciais no mercado de trabalho em termos de conhecimento técnico, por exemplo.

Porém, o conhecimento técnico não é o único responsável por gerar diferencial no mercado de trabalho. É possível o trabalhador de forma geral ter muito conhecimento sobre o que faz, ter habilidade para realizar, mas não ter atitude para fazer, o que depende da decisão do mesmo.

As empresas por sua vez, têm uma importante tarefa neste contexto. Cada empresa tem seu grupo de crenças, valores e princípios que formam sua cultura organizacional. Esta cultura é demonstrada a partir do comportamento das pessoas dentro da organização. A tarefa das empresas diante desta realidade, geralmente do setor de RH ou gestão de pessoas, é de alinhar o mais próximo possível, o comportamento do colaborador dentro da empresa e até fora dela, em atuação pelo trabalho, ao comportamento esperado pela organização de acordo com sua cultura organizacional.

Comportamento organizacional é o estudo do comportamento dos indivíduos e grupos em situação de trabalho e seus impactos no ambiente empresarial. O estudo desses comportamentos está relacionado a fatores de grande influência nos resultados alcançados pelas empresas como: liderança, estruturas e processos de grupo, percepção, aprendizagem, atitude, adaptação às mudanças, conflito, dimensionamento do trabalho, entre outros que afetam os indivíduos e as equipes organizacionais.

Os relatórios gerados pelo estudo do comportamento organizacional geram para os gestores, poderosas ferramentas que auxiliam na melhor administração diante da complexidade existente devido à diversidade, globalização, contínuas mudanças, aumento dos padrões de qualidade, ou seja, consequências dos avanços de modo geral.

Os setores responsáveis por lutarem por esse alinhamento tão importante usam diversas ferramentas e estratégias para proporcionar os resultados esperados, dentre eles estão programas de coaching, questionários de perfis comportamentais, BSC com foco pessoal, PDCA também com foco pessoal, mapeamento de competências, dentre muitas outras.

Neste processo é necessário que a empresa consiga o máximo possível, compartilhar com os colaboradores de todos os níveis estratégicos sua cultura com clareza, de modo que os colaboradores possam entender e participar praticando a mesma com responsabilidade e convicção.<sup>1</sup>

### Indivíduos e grupos

Fundamentalmente a partir da aprendizagem, o comportamento apresenta uma enorme complexidade e diversidade nas mais diferentes relações que se estabelece com o meio. As interações sociais são aquilo que nos separam dos animais.

Grande parte da nossa vida gira à volta de instituições sociais que orientam um novo comportamento. Para além disso, a maior parte das interações sociais são orientadas por fatores de ordem cognitiva, este fatores de carácter cognitivo levam-nos a interpretar as situações e a organizar as respostas mais adequadas.

**Cognição social** – conjunto de processos que estão adjacentes ao modo como encaramos os outros, a nós próprios e à forma como interagimos.

<sup>1</sup> Fonte: [www.administradores.com.br](http://www.administradores.com.br) – Texto adaptado de Deyviane Teixeira

A cognição social refere-se, assim, ao papel desempenhado por fatores cognitivos no nosso comportamento social, procurando conhecer o modo como os nossos pensamentos são afetados pelo contexto social. Este processo é uma forma de conhecimento e de relação com o mundo dos outros.

Como temos uma capacidade limitada de processos de informação relativa do mundo social, recorremos a esquemas que representam o nosso conhecimento sobre nós, sobre os outros e sobre o nosso papel no mundo. É a partir desses esquemas que processamos a informação sobre o mundo social e que formamos opiniões sobre nós e sobre os outros.

Processos de cognição social:

- ✓ **Impressões**
- ✓ **Expectativas**
- ✓ **Atitudes**
- ✓ **Representações sociais**

### **Impressões**

Este processo é o primeiro que temos no primeiro contato com alguém que não conhecemos, construímos uma ideia/imagem, sobre essa pessoa a partir de algumas características. Isto também acontece com os objetos com que contactamos. Contudo, há diferenças assinaláveis quando se trata de pessoas: a produção da impressão é mútua (o outro também tem impressões); por outro lado, a minha impressão afeta o meu comportamento e por tanto, o seu comportamento para comigo.

Um dos aspectos mais importantes das impressões é a relação interpessoal que se estabelecerá no futuro. Se, alguma das primeiras impressões for modificada, temos tendência a rejeitar a nova informação, mantendo a que ficou no primeiro encontro.

### **Impressão e categorização**

Para se simplificar o armazenamento de toda a informação, procedemos a um processo de categorização, ou seja, reagrupamos os objetos, as pessoas, as situações, a partir daquilo que consideramos serem as suas diferenças e semelhanças.

No caso das impressões classificamos a pessoa em categorias, esta ideia global vai orientar o nosso comportamento, porque nos fornece um esboço psicológico da pessoa em questão. A caracterização permite simplificar a complexidade do mundo social. Esta categorização contempla três tipos de avaliação:

- ✓ Afetiva
- ✓ Moral
- ✓ Instrumental

A categorização inerente à formação das impressões orienta o nosso comportamento. Ao desenvolvermos expectativas sobre o comportamento dos outros a partir das impressões que formamos, isso possibilita-nos planejar as nossas ações, o que é um facilitador do processo das interações sociais.

### **A formação das impressões**

Na base da formação das impressões está a interpretação. A maneira como formamos uma impressão tem como base quatro indícios:

- ✓ **Físicos** – aparência, expressões sociais e gestos. Ex.: se a pessoa for magra posso associar a uma personalidade irritável.
- ✓ **Verbais** – exemplo: o modo como a pessoa fala, surge como um indicador de instrução
- ✓ **Não - verbais** – exemplo: vestuário, o modo como a pessoa se senta ou gesticula enquanto fala.
- ✓ **Comportamentais** – conjunto de comportamentos. Ex.: o modo como os comportamentos são interpretados remete às experiências passadas. Daí que o mesmo comportamento possa ter significados diferentes para diferentes pessoas.

### **Teoria implícita da personalidade**

Todos nós, a partir de poucas informações, estamos preparados para inferir a personalidade geral de uma pessoa, basta dar duas informações e deduzir algo da pessoa.

### **O efeito das primeiras impressões**

A primeira informação é a que tem maior influência sobre as nossas impressões. Portanto, a ordem com que conhecemos as características de uma pessoa não é indiferente para a formação de impressões sobre ela.

Uma das características das primeiras impressões é a sua persistência, dado que, a partir de algumas informações constituímos uma ideia geral sobre a pessoa, é muito difícil alterarmos a nossa percepção, mesmo que, recebamos informações que contradizem a nossa impressão inicial. É como uma rejeição a entregar novas informações.

**Efeito de Halo** – se as primeiras impressões forem positivas, temos tendência a criar algo de bom sobre a pessoa, a idealizar uma boa relação, sendo que o contrário também se verifica.

Todos nós tendemos a fazer perdurar no tempo as primeiras impressões que obtemos de alguém, sendo que essas persistem no tempo, sendo que tendemos sempre a crer que novas informações contraditórias sejam submetidas ao crivo (separação das primeiras impressões).

### **Expectativas**

Podemos definir as expectativas como modos de categorizar as pessoas através dos indícios e das informações, prevendo o seu comportamento e as suas atitudes. As expectativas são mútuas, isto é, o outro com quem interagimos desenvolve também expectativas relativamente a nós.



**Exemplo: ao entrar num tribunal vimos um homem de toga preta e deduzimos que seja um advogado ou um juiz. Isto funciona como um indício que me permitiu incluí-lo numa determina da categoria social.**

Na categorização estão envolvidas duas operações básicas: indução e a dedução. É pela indução que passamos da percepção da toga preta à inclusão daquela categoria. É pela dedução que, a partir do momento em que reconhecemos a categoria a que uma pessoa pertence, passamos a atribuir-lhe determinadas características. Podemos afirmar que, tal como outros processos de cognição social, as expectativas formam-se no processo de socialização por influência da família, da escola, do grupo de pares, da comunidade social. Estão, portanto, marcadas pelos valores, crenças, atitudes e normas de um dado contexto social, bem como pela história pessoal.

O fato de não conhecermos o desconhecido levamos a construir esquemas interpretativos que organizam a informação que captamos e que estão na base das impressões e das expectativas.

Nós comportamo-nos de acordo com aquilo que pensamos que os outros pensam de nós.

### **Expectativas, estatuto e papel**

Um exemplo muito claro das expectativas na vida social é por exemplo uma relação entre marido mulher, pais e filhos.

Ao exercer as funções respectivas, há um conjunto de expectativas mútuas que regulam as relações.

A cada estatuto corresponde um papel, isto é, um conjunto de comportamentos que esperados de um indivíduo com determinado estatuto. No caso de uma professora, nós esperamos que ela ensine bem. Existe, portanto, uma complementaridade entre estatuto e papel.

Numa sociedade, os papéis sociais prescrevem todo um conjunto de comportamentos, possuem padrões de comportamentos próprios, de tal forma institucionalizados que os seus membros sabem quais as reações que um seu comportamento pode provocar – expectativa de conduta.

Estas experiências (experiência do telefone) mostraram que as expectativas positivas geram comportamentos positivos e as expectativas negativas geram comportamentos negativos.

### **Atitudes**

Uma atitude é uma tendência para responder a um objeto social – situação, pessoa, grupo, acontecimento – de modo favorável ou desfavorável. A atitude não é, portanto, um comportamento mas uma predisposição. É uma tomada de posição intencional de um indivíduo face a um objeto social. As atitudes desempenham um papel importante no modo como processamos a informação do mundo social em que estamos inseridos. Permitem-nos interpretar, organizar e processar as informações. É este processo que explica que, face a uma mesma situação, diferentes pessoas a interpretem de formas distintas.

### **Componentes das atitudes**

Construídas ao longo da vida, mas com especial incidência na infância e na adolescência, as atitudes envolvem diferentes componentes interligadas. Nas atitudes, podem distinguir-se três componentes:

- ✓ **Componente cognitiva** – é construída pelo conjunto de ideias, de informações, de crenças que se têm sobre um dado objeto social. É o que consideramos como verdadeiro acerca do objeto.
- ✓ **Componente afetiva** - conjunto de valores e emoções, positivas ou negativas, relativamente ao objeto social. Está ligada ao sistema de valores, sendo a sua direção emocional.
- ✓ **Componente comportamental** – conjunto de reações, de respostas, face ao objeto social. Esta disposição para agir de determinada maneira depende das crenças e dos valores que se têm relativamente ao objeto social.

É a partir de uma informação ou convicção a que se atribui um sentimento que desenvolvo um conjunto de comportamentos.

Por exemplo, uma atitude negativa relativamente ao tabaco pode basear-se numa crença de que há uma relação entre o tabaco e o cancro (componente cognitiva). A pessoa que partilha desta crença não gosta do fumo e experimenta sentimentos desagradáveis em ambientes onde as pessoas fumam (componente afetiva). A esta atitude estão, associados alguns destes comportamentos: a pessoa não fuma, tenta convencer os outros a não fumar (componente comportamental).

### **Atitudes e comportamentos**

As atitudes não são diretamente observáveis: inferem-se dos comportamentos. Também é possível, a partir de um comportamento, inferir a atitude que esteve na sua origem. Assim, se soubermos que uma pessoa tem uma atitude negativa face ao tabaco, podemos prever a forma como se comportará face a uma campanha antitabaco, ou como reagirá se fumarmos junto a ela.

De igual modo, as reações de uma pessoa face a uma situação podem permitir prever a atitude que lhe está subjacente.

As atitudes são o suporte intencional de grande parte dos nossos comportamentos.

### **Formação e mudança de atitudes**

As atitudes não nascem conosco, formam-se e aprendem-se no processo de socialização. São vários os agentes sociais responsáveis pela formação das atitudes: os pais e a família, a escola, o grupo de amigos, a imprensa.

São sobretudo os pais que exercem um papel fundamental na formação das primeiras atitudes nas crianças. A educação escolar desempenha, na nossa sociedade, um papel central na formação das atitudes. Na adolescência, tem particular relevo o grupo de amigos.

Atualmente, os meios de comunicação, têm grande influência na formação de novas atitudes ou no reforço das que já existem.

É através da observação, identificação e imitação dos modelos que se aprendem, que se formam as atitudes. Esta aprendizagem ocorre ao longo da vida, mas tem particular prevalência na infância e na adolescência. Há, contudo, uma tendência para a estabilidade das atitudes.

Apesar da relativa estabilidade das atitudes, estas podem mudar ao longo da vida. As experiências vividas pelo próprio podem conduzir à alteração das atitudes. Por exemplo, uma pessoa é a favor da pena de morte pode mudar de atitude porque viu um filme que a comoveu, um documentário impressionante. Várias pesquisas levadas a cabo por psicólogos sociais nas últimas décadas permitem identificar situações ou fatores que favorecem a mudança de atitude.

### **Dissonância cognitiva**

Leon Festinger, psicólogo social, levou a cabo uma investigação a partir da qual elaborou a teoria da dissonância cognitiva.

Sempre que uma informação ou acontecimento contradiz o sistema de representações, as convicções, a atitude de uma pessoa, gera-se um mal-estar e uma inquietação que têm de ser resolvidos: ou se muda o sistema de crenças, ou se reinterpreta a informação que a contradiz, ou se reformulam as crenças anteriores.

A dissonância cognitiva é um sentimento desagradável que pode ocorrer quando uma pessoa sustenta duas atitudes que se opõem, quando estão presentes duas cognições que não se adequam ou duas componentes de atitude que se contradizem. Por exemplo: a pessoa que gosta de fumar e que sabe que o tabaco pode provocar câncer está perante uma dissonância cognitiva que lhe pode provocar sentimentos de angústia de contradição ou inconsistência. Poderá atenuar a situação:

- ✓ Mudando as duas convicções;
- ✓ Alterando a percepção da importância de uma delas;
- ✓ Acrescentando uma outra informação;
- ✓ Negando a relação entre as duas convicções/informações.

A opção por qualquer uma delas conduz a dissonância cognitiva.

Quanto mais fracas forem as razões para o comportamento discrepante, maior é o sentimento de dissonância e maior a motivação para se modificar a atitude que provoca a inconsistência.

### **Representações sociais**

É através das representações que somos capazes de evocar uma pessoa, uma ideia e/ou um objeto, na sua ausência. O conceito de representação foi alargado por Serge Moscovici, que o caracterizou como um conhecimento que se distingue do conhecimento científico, elaborado a partir de modelos sociais e culturais e que dão quadros de compreensão e de interpretação do real.

Assim, podemos definir as representações sociais como o conjunto das explicitações, das crenças e das ideias que são partilhadas e aceitas coletivamente numa sociedade e são produto das interações sociais. Correspondem a determinadas épocas, decorrendo de um conjunto de circunstâncias socioeconômicas, políticas e culturais, podendo, assim, alterar-se.

### **A Elaboração das Representações Sociais**

As representações são indispensáveis nas relações humanas, uma vez que fazem parte do processo de interação social. Moscovici identificou dois processos que estão na sua origem:

- ✓ **Objetivação** – processo através do qual as representações complexas e abstratas se tornam simples e concretas. Neste processo alguns elementos são excluídos/esquecidos e outros valorizados/desenvolvidos, de forma a explicar a realidade de um modo mais simples. Envolve também o reagrupamento das ideias e imagens.
- ✓ **Construção seletiva** – os elementos do objeto de uma representação são selecionados e descontextualizados, sendo que apenas a parte mais importante da informação é mantida.
- ✓ **Esquematização figurativa** – as informações selecionadas são organizadas num «núcleo figurativo», ou seja, são convertidas num esquema figurativo simples.
- ✓ **Naturalização** – a representação é materializada, o abstrato torna-se concreto.
- ✓ **Ancoragem** – corresponde à assimilação das imagens criadas pela objetivação. As novas representações juntam-se às anteriores formando o «universo de opiniões».

Uma vez ancorada, uma representação social desempenha um papel de filtro cognitivo, isto é, as informações novas são interpretadas segundo os quadros de representação preexistentes. Estão muito marcadas pela cultura e pela sociedade: a cada época, a cada sociedade correspondem representações próprias.

### **Funções das Representações Sociais**

- ✓ **Função de saber** – as representações dão um sentido à realidade: servem para os indivíduos explicarem, compreenderem e desenvolverem ações concretas sobre o real.
- ✓ **Função de orientação** – são um guia dos comportamentos. Prescrevem práticas na medida em que precedem o desenvolvimento de uma ação.
- ✓ **Função Identitária** – permitem ao indivíduo construir uma identidade social, posicionando-se em relação aos outros grupos sociais de pertença ou não-pertença.
- ✓ **Função de justificação** – permitem explicar e justificar as opiniões e comportamentos dos indivíduos.