

Dimensões de Comparação e Discriminação Intergrupos

— Uma abordagem Psicossociológica das Relações entre Grupos «Dominantes» e «Dominados» (*)

LÍGIA AMANCIO (**)

INTRODUÇÃO

A origem do modelo da identidade social desenvolvido por Tajfel (1978) e Tajfel e Turner (1979/86) situa-se, sem dúvida nas experiências sobre os «grupos mínimos» (Tajfel e col., 1971) que evidenciaram um efeito de discriminação em favor do grupo de pertença a partir da indução de uma categorização dos sujeitos em dois grupos distintos. O facto de a categorização social ser uma condição suficiente para a discriminação intergrupos representava uma nova perspectiva de análise relativamente àquela que estabelecia ser o conflito de interesse entre os grupos uma condição necessária (Sherif, 1967).

A principal característica da constituição experimental dos «grupos mínimos» era o **vazio** da situação, a sua ausência de sentido.

(*) Agradeço aos colegas Casimiro Ramos, Alberto Rifes, Ana Maria Faria, Conceição Santos, Albino Lopes e Pedro Rivera por me terem facilitado a recolha destes dados, assim como aos estudantes trabalhadores que gentilmente dispuseram do seu tempo tornando esta investigação possível.

(**) Assistente no Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa.

Investigadora no Centro de Investigação e Estudos de Sociologia

O efeito obtido, no entanto, indicava que os sujeitos tinham transformado uma situação aparentemente absurda numa situação significativa. As funções cognitivas da categorização, de organização e estruturação da realidade (Tajfel, 1969) não permitiam explicar um processo que se caracteriza por uma diferenciação valorativa entre o grupo-próprio e o grupo-dos-outros. No entanto, se entendermos a identidade social como «estando ligada ao conhecimento que o indivíduo tem da sua pertença a certos grupos sociais e ao significado emocional e avaliativo que resulta desta pertença» (Tajfel, 1972, p.292) a articulação entre categorização social e identidade social permite compreender que, postos perante uma situação absurda, os sujeitos lhe introduzam sentido através de uma diferenciação positiva do grupo a que são supostos pertencer.

O conceito de diferenciação positiva torna-se assim central na análise das relações intergrupos à luz do modelo da identidade social, como resultado de uma procura de auto-estima positiva evidenciado nas experiências que proporcionavam aos sujeitos comparações inter-individuais (Turner, 1975). Assim, se a situação de comparação se basear exclu-

sivamente nas pertencas categoriais, e desde que o individuo tenha internalizado o significado dessa pertença no seu auto-conceito, a diferenciação intergrupos será a forma de expressão da procura de auto-estima positiva (Tajfel e Turner, 1979/86). Nesta perspectiva, é possível predizer algumas estratégias que conduzirão à mudança individual ou social, sempre que a percepção do estatuto social dos grupos e das condições sociais que os envolvem, não resultarem em comparações que proporcionem aos indivíduos uma identidade social positiva (Tajfel, 1978, Tajfel e Turner, 1979/86, Tajfel, 1981/83).

A explicação da diferenciação social em termos de distinvidade psicológica apresenta, no entanto, algumas limitações. Representa, por um lado, um reducionismo psicológico na abordagem de fenómenos de natureza psicossociológica (Doise, 1976), visto que não são só as representações cognitivas que dão sentido a uma situação, como no caso dos grupos mínimos, mas a estrutura das relações entre os grupos também pode determinar processos de significação social, como no caso dos estudos de campo de Sherif (Sherif, 1967). Por outro lado, considerar a procura de auto-estima positiva como único determinante da diferenciação social equivale a uma abordagem «homeostática» daquele processo (Deschamps, 1982a, p.251), visto que a identidade social positiva conseguida através da identificação com o grupo torna desnecessária a diferenciação inter-individual, e uma comparação inter-individual, positiva torna desnecessária uma diferenciação intergrupos.

Qualquer destas críticas repousa em evidência empírica que permite frundamentá-las. Numa experiência com um grupo de alunos do ensino técnico e um grupo de alunos de liceu, Doise e Sinclair (1973) verificaram que a discriminação avaliativa entre os grupos era mais acentuada quando a interação era grupal do que quando era inter-individual. Em categorizações baseadas no sexo, quando os sujeitos antecipam uma situação de competição, os rapazes apresen-

tam um estereótipo feminino mais polarizado, do que quando antecipam uma situação de cooperação (Doise e Weinberger, 1972/73).

Numa outra experiência com grupos de rapazes e raparigas adolescentes, Deschamps (1977) verificou que os rapazes se diferenciam dos outros rapazes, mas também se diferenciam das raparigas, enquanto estas só se diferenciam em termos intergrupais. Nesta experiência, o autor verificou ainda que a sobreposição de uma categorização sem valor para os sujeitos, à categorização baseada no sexo, se traduzia no desaparecimento da diferenciação tanto inter-individual como inter-grupal. Estes resultados, contraditórios com os de Turner (1975) levaram a uma réplica da experiência daquele autor (Brown e Deschamps, 1980/81) que mais uma vez não evidenciou a dicotomia entre diferenciação interindividual e intergrupal, antes apontando para uma covariação entre estes dois níveis de diferenciação.

É, portanto, numa perspectiva psicossociológica (Deschamps, 1979), integrando tanto o tipo de relações entre os grupos, como a origem social dos valores a eles associados no processo mais amplo da diferenciação categorial (Doise, 1976) que se podem interpretar as aparentes contradições entre estas investigações. Os grupos sociais não são equivalentes ou simétricos, mas encontram-se hierarquizados em relação a um universo comum de valores (Deschamps, 1982b). Se assumirmos que daqui decorrem modalidades de identidade social diferentes, os processos de diferenciação serão também diferentes.

Nesta perspectiva, o posicionamento relativo dos grupos ao longo de dimensões socialmente valorizadas como o poder, saber, estatuto e outros recursos materiais ou simbólicos, permite definir grupos dominantes e grupos dominados. Uma das instâncias onde existe assimetria no posicionamento dos grupos em relação a um universo comum de valores é a das relações entre os sexos. Em todas as experiências que referimos anteriormente

envolvendo comparações entre os dois sexos se verificou que são os rapazes que se diferenciam tanto em relação a outros do seu grupo como em relação às raparigas. Estas, por outro lado, tal como outros grupos dominados, não apresentam um padrão de resposta igualmente estável ao longo de diferentes condições e instrumentos de medida (Deschamps e Personnaz, 1979) antes apresentando uma tendência para o desfavoritismo relativo pelo grupo-próprio, que se enquadra na evidência de que a identidade feminina é uma identidade social negativa (Williams, 1984).

Os estudos sobre estereótipos femininos e masculinos têm evidenciado que ao masculino estão associados os polos negativos dessas dimensões de competência e autonomia, enquanto os polos positivos das dimensões são associados ao feminino, que possui uma única dimensão não inteiramente negativa, a da expressividade (Broverman e col., 1972). Os estereótipos sexuais caracterizam-se, de facto, por um amplo consenso numa percepção diferentemente valorizada do masculino e do feminino (Huici, 1984). As dimensões que através dos estereótipos diferenciam a percepção das categorias sexuais, encontram-se subjacentes a outros processos como os da atribuição social (Deaux, 1984). Se contextualizarmos este «pensamento» socialmente consensual no âmbito do trabalho, existe vasta evidência de que as mulheres tendem a ser desvalorizadas em tarefas prestigiadas e exigindo competência técnica, são objecto de expectativas de fracasso, e de ausência de reconhecimento pelo seu desempenho, mas também se auto-desvalorizam através de certos enviesamentos nas escolhas e aspirações profissionais e nas comparações que estabelecem com colegas do sexo masculino (Nieva e Gutek, 1982). O conteúdo dos estereótipos sexuais articula-se, portanto, com outros processos de significação da realidade das relações intersexos, como sejam a categorização, identificação e comparação sociais (Amâncio, 1987).

Existe já alguma evidência empírica de que

o masculino e o feminino representam modalidades de identidade social dominante e dominado, a partir da definição proposta por Deschamps (1982a) de que a identidade social de um grupo dominante corresponde a uma percepção individual e distinta dos seus membros, que por isso mesmo se diferenciam tanto em termos individuais, numa competição social pela distintividade psicológica no sentido de Turner (1975), como em termos intergrupais. A identidade social dos membros de um grupo dominado, por outro lado, caracteriza-se por uma percepção indistinta ou fusional que se traduziria numa tendência para a indiferenciação. Estas modalidades de identidade social foram operacionalizadas por Lorenzi-Cioldi (1986) numa experiência em que às categorias masculino e feminino eram sobrepostas condições experimentais através das quais se reproduziam os dois tipos de identidade. Assim, um grupo de rapazes era constituído com base num critério supostamente controlado pelos sujeitos e o desempenho da tarefa era percebido como autónomo, enquanto um grupo de raparigas era constituído por um critério externo e o desempenho da tarefa era percebido como ligando os sujeitos por um destino comum. Em duas outras condições experimentais, os rapazes eram colocados num grupo externamente determinado em que os seus membros não tinham percepção de autonomia no desempenho da tarefa, e as raparigas eram colocadas num grupo internamente determinado e autónomo no desempenho da tarefa. Os resultados desta experiência fundamentaram claramente que a identidade social dominante repousa numa identificação individual e internamente determinada com o grupo de pertença, visto que foi na condição de perfeita homologia entre a situação experimental e a realidade social que os rapazes mais se diferenciaram. Mais uma vez, no entanto, os resultados das raparigas apresentaram alguma instabilidade, que se traduziram numa diferenciação maior nas condições intermédias do que na condição de homo-

logia entre as realidades social e experimental.

O facto de os grupos dominados possuírem uma identidade baseada na sua **condição social** e não na sua existência individual, torna mais complexos os processos subjacentes àquele tipo de identidade, visto que para além do significado avaliativo e emocional da pertença grupal a que se refere Tajfel (1972, as crenças na legitimidade ou ilegitimidade da sua condição social e nas possibilidades ou limites da sua mudança (Tajfel, 1978 e 1981/83) podem adquirir um peso maior nos processos de diferenciação social por parte dos membros destes grupos do que entre os membros dos grupos dominantes. Esta articulação, entre o significado subjectivo da identidade social e a percepção das condições objectivas da existência do grupo de pertença, é um dos aspectos do modelo da identidade social que só recentemente começa a merecer a atenção dos investigadores.

A nosso ver, é no quadro daquela articulação que se podem interpretar as respostas estratégicas dos grupos dominados em termos de estatuto social que, ao exagerar a inequidade da distribuição de recursos com o grupo de estatuto superior, visam, segundo van Knippenberg e van Oers (1984), salientar a ilegitimidade da sua situação. A necessidade desta articulação está também subjacente num estudo de Gurin e Townsend (1986) que propõem uma operacionalização independente da identidade de grupo e da consciência de grupo no caso das mulheres. Os autores verificaram num estudo por questionário aplicado a uma amostra representativa da população feminina americana que o sentimento de destino comum era a propriedade da identidade mais importante para a percepção da ilegitimidade da sua condição social e da necessidade de uma acção colectiva para mudar a situação, percepção esta que não estava necessariamente associada à avaliação negativa da pertença grupal, isto é, à identidade social negativa. Vala, Monteiro e Lima (1987) também apresentam evidência da com-

plexidade do processo de diferenciação social em grupos perdedores num conflito profissional no seio de uma organização.

Um outro aspecto do modelo de Tajfel sobre a identidade social que não tem recebido, a nosso ver, suficiente atenção em toda a discussão envolvendo a distinção psicológica versus indiferenciação, é o que se refere ao próprio conteúdo das comparações sociais que estão na base do processo de diferenciação. A teoria desenvolvida por Tajfel sobre os estereótipos sociais (Tajfel, 1981/83 e Tajfel, 1982) saliente o papel dos valores associados às dimensões de comparação na diferenciação intergrupala (Tajfel e Forgas, 1981) e uma experiência recente com dois grupos do universo parlamentar alemão federal, os verdes e o SPD (Mummendey e Schneider, 1984) mostra que os grupos se diferenciam nas dimensões que são relevantes para a sua própria identidade política, podendo indiferenciar-se, ou mesmo mostrar favoritismo pelo outro grupo em dimensões que não possuem relevância para essa identidade.

O objectivo deste nosso estudo é o de operacionalizar a identidade dominante e dominada através das dimensões de comparação entre os grupos. A nossa hipótese principal é a de que os estereótipos socialmente consensuais sobre as categorias sociais, homem e mulher neste caso, se caracterizam por conteúdos individuais e distintivos no caso dos grupos dominantes, porque socialmente valorizados, e fusionais e indiferenciadores no caso dos grupos dominados.

Neste sentido, a introdução de dimensões de comparação numa experiência em que a diferenciação é medida através das matrizes de Tajfel (Tajfel e col., 1971) visa mostrar que tanto os membros de um grupo dominante como os de um grupo dominado se diferenciam em relação ao outro grupo quando se comparam em dimensões características de um grupo dominante, valorizados tanto social como contextualmente, mas não haverá diferenciação intergrupos nas comparações baseadas em dimensões características de um grupo dominado.

Decorre também da hipótese principal o pressuposto de que sendo a identidade social do grupo dominante positivamente valorizada, este grupo diferencia-se do grupo dominado mesmo na ausência de dimensão de comparação explícita. Tal pressuposto poderá parecer desnecessário dada a vasta evidência da diferenciação positiva dos grupos dominantes no âmbito do modelo da identidade social, e que referimos acima. No entanto, praticamente todos os estudos que operacionalizam a diferenciação social através das matrizes do Tajfel têm negligenciado o conteúdo das representações intergrupais, ou utilizam-nas em instrumentos de medida independentes das matrizes, ainda que incluídas num mesmo estudo (Deschamps e Personnaz, 1979). Em nossa opinião, a inclusão da dimensão de comparação valorizada e menos valorizada e de uma condição controle em que não há dimensão de comparação, poderá evidenciar a causalidade das representações sobre os comportamentos predita pelo modelo de diferenciação categorial (Doise, 1976 e Deschamps, 1984).

Finalmente, existe evidência de que a saliência das categorias de pertença aumenta a diferenciação intergrupos por parte dos grupos dominados. Essa saliência tem sido manipulada pelas condições de competição-cooperação, como na experiência de Doise e Weinberger (1972/73), ou pela presença-ausência do grupo-dos-outros (Deschamps e Personnaz, 1979). Nesta experiência utilizamos esta última variável para tornar saliente a categorização intergrupar, pelo que teríamos fundamento para prever uma maior diferenciação por parte do grupo dominante nas condições de copresença com o grupo dominado. No entanto, o facto de os nossos sujeitos serem adultos e de se ter procurado que a situação experimental se aproximasse o mais possível de uma situação de trabalho, confere-lhe um «realismo» que nos dificulta a predição dos efeitos desta variável. Segundo Tajfel (1981/1983), a percepção da ilegitimidade da sua posição por parte do grupo dominante pode

manifestar-se por uma reduzida diferenciação intergrupar. Sendo assim, uma maior diferenciação intergrupar por parte daquele grupo perante o grupo dominado indicaria uma percepção da legitimidade da sua posição, mas a ausência deste efeito da copresença com o grupo dominado indicaria uma percepção de ilegitimidade da sua posição no contexto definido.

Hipóteses

1. Em consequência do efeito da categorização homem-mulher e da diferente valorização destas duas identidades sociais, a diferenciação interindividual e intergrupar será mais acentuada nos homens do que nas mulheres.

2. A diferenciação interindividual e intergrupar será mais acentuada na dimensão de comparação masculina e quando não há dimensão de comparação do que na dimensão da comparação feminina.

2a. Os homens diferenciam-se mais dos outros homens e das mulheres na dimensão de comparação masculina e quando não há dimensão de comparação, do que na dimensão de comparação feminina.

2b. As mulheres diferenciam-se mais dos homens e das outras mulheres quando não há dimensão de comparação do que nas dimensões de comparação masculina e feminina.

3a. A saliência de uma categorização diferentemente valorizada em consequência da presença do outro grupo aumenta a diferenciação intergrupar por parte do grupo dominante.

3b. Esta mesma variável terá um efeito contrário no grupo dominado.

Método

Sujeitos

Participaram nesta experiência 116 sujeitos, 58 homens e 58 mulheres, todos eles trabalha-

dores e estudantes do segundo e terceiro anos de um curso superior da Universidade de Lisboa.

Procedimento

Os sujeitos eram convidados a participar numa investigação sobre comunicação. A introdução do questionário que lhes era distribuído referia que os estudos nesta área de investigação têm verificado que homens e mulheres apresentam desempenhos diferentes em situações de comunicação. Pretendia-se salientar, deste modo, a categorização homem-mulher sem introduzir competição visto que não se fazia referência a qualquer sentido valorativo nas diferenças de desempenho entre os sexos, assim como introduzir uma razão plausível para a utilização do grupo dos homens e do grupo das mulheres no instrumento de medida. Referia-se também que o objectivo da tarefa era medir a eficácia do envio de uma mensagem. Pretendia-se, deste modo, introduzir uma valorização da tarefa em termos de eficácia, pelo que esta palavra era particularmente saliente no texto.

Em seguida, apresentava-se aos sujeitos a mensagem que eles iriam transmitir e eram dadas as instruções sobre o exercício de comunicação propriamente dito. Utilizámos, para este fim, o exercício conhecido pelos rectângulos de Leavitt (Mucchielli, 1971, p.27).

Após esta introdução, pedia-se aos sujeitos uma primeira tarefa que consistia na estimativa do seu desempenho na tarefa de comunicação que se iria seguir, comparativamente com outro sujeito do mesmo grupo e com outro sujeito do outro grupo. Nesta altura eram manipuladas as dimensões de comparação através da afirmação de que para transmitir eficazmente aquela mensagem era preciso ser *rigoroso*, *objectivo* e *preciso*, no caso da dimensão masculina, ou ser *sensível*, *intuitivo* e *imaginativo*, no caso da dimensão feminina. Na condição sem dimensão, nenhum traço era associado à eficácia no desempenho da tarefa. Os traços utilizados

foram suscitados por um estudo anterior sobre estereótipos femininos e masculinos (Amâncio, 1986). Os sujeitos recebiam uma matriz, que não seria utilizada posteriormente, para exemplificar a forma como iriam exprimir comparativamente as suas estimativas. As condições de resposta eram, ou de passagem colectiva do questionário a que os sujeitos respondiam individualmente, ou em pequenos grupos de dois homens e duas mulheres em situação de face a face, embora as respostas fossem também dadas individualmente.

Depois dos sujeitos preencherem as matrizes eram esclarecidos de que a experiência terminara e os seus objectivos eram devidamente elucidados.

O design experimental corresponde, portanto, a um plano factorial de quatro factores: sexo dos sujeitos, condição de resposta, dimensão de comparação e a pertença do outro como medida repetida ($2 \times 2 \times 3 (\times 2)$).

Instrumentos de Medida

Os sujeitos recebiam um questionário onde, além das instruções já referidas, se encontravam 24 matrizes. Metade das matrizes mediam comparações entre o sujeito e outro sujeito do mesmo sexo (12) e a outra metade media comparações entre o sujeito e um outro do sexo oposto (12). Para anular um eventual efeito da ordem de apresentação dos estímulos, metade das matrizes eram apresentadas na ordem Eu/Outro (6) e a outra metade na ordem Outro/Eu (6) tanto nas comparações com outro do mesmo sexo, como nas comparações com outro do sexo oposto. Tanto o sujeito como o outro eram designados em todas as matrizes por um número e pela categoria de pertença, da seguinte forma: «Você n.X do grupo das mulheres/a pessoa n.Y do grupo das mulheres». As matrizes utilizadas foram as seguintes (Tajfel e col., 1971, Deschamps e Personnaz, 1979 e Lorenzo-Cioldi, 1986):

Matriz tipo 1

19	18	17	16	15	14	13	12	11	10	9	8	7
1	3	5	7	9	11	13	15	17	19	21	23	25

Quando os números da linha de cima são para o próprio (P) e os números da linha de baixo para o outro (O), a recompensa máxima comum (RMC) encontra-se à direita da matriz e a recompensa máxima para o próprio (PM) assim como a máxima diferença entre ele e o outro (DM) encontram-se à esquerda. Quando os números da linha de cima são para o outro (O) e os da linha de baixo para o próprio (P), RMC, DM e PM estão à direita da matriz.

Matriz tipo 2

7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1	3	5	7	9	11	13	15	17	19	21	23	25

Quando os números da linha de cima são para o próprio (P) e os da linha de baixo para o outro (O), a recompensa máxima comum (RMC) e a recompensa máxima para o próprio (PM) encontram-se à direita da matriz e a diferença máxima entre o próprio e o outro (DM) encontra-se à esquerda. Quando os números da linha de cima são para o outro (O) e os da linha de baixo para o próprio (P), RMC, PM e DM estão à direita da matriz.

Matriz tipo 3

14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2

Quando os números da linha de cima são para o próprio (P) e os da linha de baixo para o outro (O), a recompensa máxima para o próprio (PM) e a diferença máxima entre ele e o outro (DM) encontram-se à direita da matriz, e a equidade (E) à esquerda. Quando os números da linha de cima são para o outro (O) e os da linha de baixo para o próprio (P), E, DM, e PM encontram-se à esquerda. Nesta matriz a recompensa máxima comum é constante, visto que a soma de todas as colunas é igual a 28.

Cada uma destas matrizes possui uma versão invertida. Na matriz tipo 1 essa versão começa na coluna 7/25 e termina na coluna 19/1. Na matriz tipo 2 ela começa na coluna 19/25 e termina na coluna 7/1. Na matriz

tipo 3, a versão invertida da matriz inicia-se em 26/2 e termina em 14/14. Em todos os casos, o posicionamento é exactamente o contrário do que acabamos de descrever para cada matriz.

Estas matrizes permitem medir seis estratégias de resposta que se dividem em 3 indicadores de diferenciação e 3 indicadores de indiferenciação. São indicadores de *diferenciação*:

— a preferência por PM + DM (o número máximo possível para o próprio e a máxima diferença entre ele e o outro) sobre RMC (recompensa máxima comum) na matriz tipo 1, que traduz uma resposta de *autofavoritismo*

— a preferência por DM (diferença máxima entre o próprio e o outro) sobre PM + RMC (recompensa máxima para o próprio e máxima comum) na matriz tipo 2, que traduz uma resposta de *autofavoritismo relativo*

— a preferência por PM + DM (o número máximo possível para o próprio e a máxima diferença entre ele e o outro) sobre E (equidade) na matriz tipo 3, que traduz uma resposta de *autofavoritismo*.

Os indicadores de *indiferenciação* são os seguintes:

— a preferência por RMC (recompensa máxima comum) sobre PM + DM (o número máximo possível para o próprio e a máxima diferença entre ele e o outro) na matriz tipo 1

— a preferência por PM + RMC (recompensa máxima para o próprio e o máximo comum) sobre DM (diferença máxima entre o próprio e o outro) na matriz tipo 2

— a preferência pela E (equidade) sobre PM + DM (o número máximo possível para o próprio e a máxima diferença entre ele e o outro) na matriz tipo 3.

RESULTADOS

A cotação das matrizes foi feita com base na técnica proposta por Turner (1978) (ver também Deschamps, 1983 para uma versão

portuguesa da técnica de cotação das matrizes). Como já dissemos em cima, em cada tipo de matriz as diferentes estratégias de respostas possíveis (variáveis dependentes) ou coincidem todas num extremo da matriz, ou situam-se dos dois lados, consoante o alvo dos pontos de cada linha da matriz. Suponhamos que queríamos medir a preferência por PM + DM, ou autofavoritismo, sobre RMC, ou recompensa máxima comum na matriz tipo 1. Quando os números da linha de cima se destinam ao outro e os da linha de baixo ao próprio, PM, DM e RMC coincidem todos do lado direito da matriz, por isso atribui-se 0 ao elemento 7/25 que se encontra desse lado, e 12 ao elemento 19/1 que se encontra do lado oposto. Se nesta apresentação da matriz o sujeito escolheu o elemento 10/19 a sua resposta será cotada 3. Se quando os números da linha de cima se destinam ao próprio e os da linha de baixo ao outro, o sujeito deslocou a sua escolha para o elemento 15/9 da matriz, cuja cotação é 8 na escala de 0 a 12, o score de autofavoritismo será 5 ($8-3=5$). É possível medir também a preferência por RMC através destas mesmas respostas. Na primeira forma de apresentação da matriz (Outro-linha de cima/Eu-linha de baixo), em que $7/25=0$ e $19/1=12$, a escolha de 10/19 é cotada 3 para PM + DM e 3 para RMC, porque todas estas estratégias coincidem no lado direito da matriz. Na outra forma de apresentação (Eu-linha de cima/Outro-linha de baixo), porém, PM + DM deslocaram-se para 19/1, mas RMC continua em 7/25. Nesse caso, 7/25 passa a ter um score de 12 e por isso a escolha de 15/9 tem uma cotação de 4. O score do sujeito em RMC será de 1 ($4-3=1$). Portanto, numa mesma resposta, o sujeito recebeu um score de 5 em PM + DM e 1 em RMC. Quando existe uma segunda versão (invertida) da mesma matriz, o score do sujeito resultará da soma das respostas às duas versões dividida por 2. No exemplo que estamos a dar, e supondo que o sujeito fizera as mesmas escolhas nas duas versões da matriz, o seu score

final em PM + DM seria 5 ($(5+5)/2$) e o score em RM seria 1 ($((1+1)/2)$).

Para cada uma das estratégias de resposta e considerando separadamente a pertença categorial do outro, efectuámos uma análise de variância com um plano factorial para três factores ($2 \times 3 \times 2$, sexo do sujeito, dimensões de comparação e condição de resposta). Procedemos ainda a análises multivariadas da variância para analisar as interacções entre os três factores independentes e a pertença do outro como medida repetida. Calculamos também os t de Student para analisar as diferenças entre médias que serão referidos quando significativos.

Assim, quando os sujeitos se comparam com outro do mesmo sexo, verifica-se o seguinte:

— o autofavoritismo (preferência por PM + DM sobre E) é mais importante para os homens, na situação de resposta individual, quando se comparam na dimensão masculina e na condição sem dimensão, mas na presença do outro grupo é na dimensão feminina que os homens mais se diferenciam. No caso das mulheres esta estratégia é mais importante, nas duas situações de resposta quando não há dimensão de comparação ou quando respondem individualmente e a dimensão de comparação é a feminina (ver médias no Quadro I).

QUADRO I
Preferência por PM + DM sobre E
outro do mesmo grupo (médias)

		Individual	Grupo
D. Masculina	Homens	2.50(a)	.50
	Mulheres	.50(d)	.80
D. Feminina	Homens	.45(b)	2.40(e)
	Mulheres	1.25	.35(f)
s./ Dimensão	Homens	2.75(c)	1.13
	Mulheres	2.15	2.19

Interação \times sexo \times dimensão \times condição ($F=3.17$, g.l. = 2, 104, $p=.046$).

(a) e (b) $t(104)=1.85$ $p=.067$

(b) e (c) $t(104)=2.08$ $p=.04$

(b) e (e) $t(104)=1.76$ $p=.081$

(a) e (d) $t(104)=1.80$ $p=.074$

(e) e (f) $t(104)=1.85$ $p=.067$

— a recompensa máxima comum (preferência por RMC sobre PM + DM) tende a ser mais importante para os homens na presença do outro grupo quando a dimensão de comparação é a masculina e nas respostas individuais quando a dimensão de comparação é a feminina. No caso das mulheres, esta estratégia de indiferenciação tende a ser preferida nas respostas individuais, nas dimensões de comparação masculina e feminina (ver Quadro II).

QUADRO II
Preferência por RMC sobre PM + DM
outro do mesmo grupo (médias)

		Individual	Grupo
D. Masculina	Homens	-.75	.70
	Mulheres	.50	.15
D. Feminina	Homens	.60	-.25
	Mulheres	.50	.30
s./ Dimensão	Homens	.30	.06
	Mulheres	.10	-.19

Interação sexo \times dimensão \times condição ($F = 2.48$, g.l. = 2,104, $p = .089$).

— a recompensa máxima comum e o máximo para o próprio (preferência por PM + RMC sobre DM) tende a ser preferida pelas mulheres na presença do outro grupo seja qual for a dimensão de comparação relativamente às condições de resposta individual, enquanto no caso dos homens a condição de resposta produz o efeito contrário (ver Quadro III).

QUADRO III
Preferência por PM + RMC sobre DM
outro do mesmo grupo (médias)

	Individual	Grupo
Homens	1.50	.57
Mulheres	.68	1.39

Interação sexo \times condição $F = 2.91$, g.l. = 1, 104, $p = .091$.

Quando os sujeitos se comparam com outro do sexo oposto, os resultados são os seguintes:

— o autofavoritismo (preferência por PM + DM sobre RMC) tende a ser preferido por todos sujeitos em qualquer das condições de resposta, quando a dimensão de comparação é a masculina (média = 1.95) ou quando não há dimensão de comparação (média = 2.25) relativamente à dimensão de comparação feminina (média = 1.00), (Efeito principal da dimensão, $F = 2.49$, g.l. = 2,104, $p = .088$);

— o autofavoritismo relativo (preferência por DM sobre PM + RMC) é mais importante para todos os sujeitos em qualquer condição de resposta, na dimensão de comparação masculina (média = 2.84) e na ausência de dimensão de comparação (média = 2.32), relativamente à dimensão de comparação feminina (média = .63), (Efeito principal da dimensão, $F = 3.78$, g.l. = 2,104, $p = .026$);

— o autofavoritismo (preferência por PM + DM sobre E) apresenta resultados próximos da significância (Efeito principal da dimensão $F = 2.28$, g.l. = 2,104, $p = .107$) no mesmo sentido que as outras duas medidas de diferenciação já referidas: todos os sujeitos, nas duas condições de resposta preferem esta estratégia na dimensão de comparação masculina (média = 1.58) e quando não há dimensão de comparação (média = 2.04), relativamente à dimensão de comparação feminina (média = .90). Estes efeitos principais da dimensão nas medidas de diferenciação em relação a outro do outro grupo estão representados no gráfico da figura 1.

— nas medidas de indiferenciação não se verificaram quaisquer resultados significativos nas comparações com outros do sexo oposto.

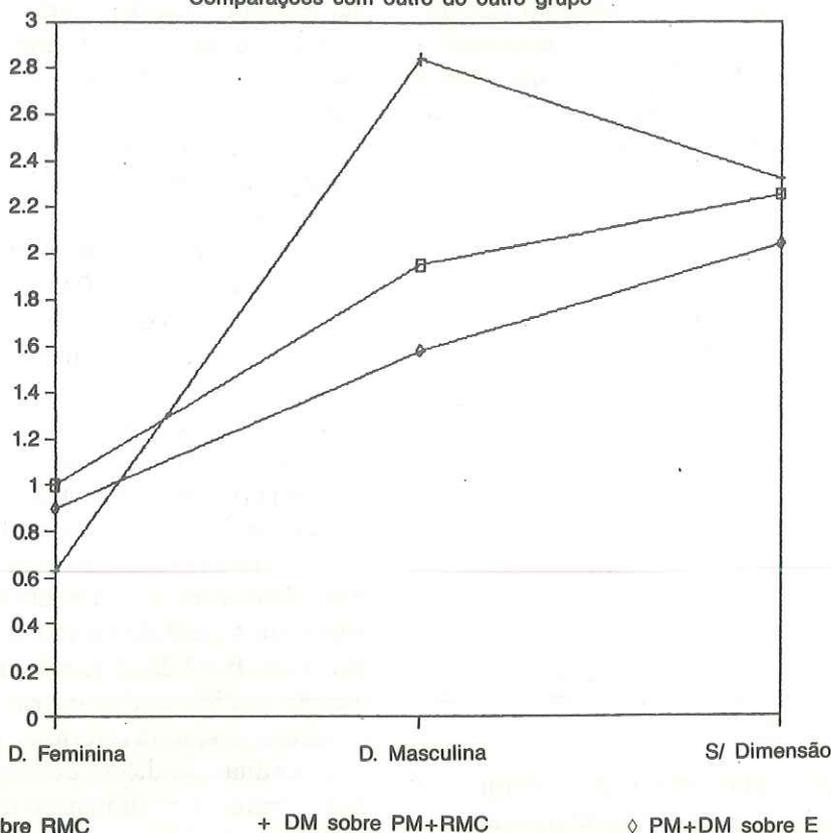
A análise multivariada da variância incluindo a pertença do outro como medida repetida $2 \times 3 \times 2 \times (2)$ permite verificar que esta variável é particularmente relevante nas medidas de diferenciação em função das dimensões de comparação, como indicavam os resultados anteriores:

— o autofavoritismo (preferência por PM + DM sobre RMC) tende a ser mais

FIGURA 1

E. P. DA DIMENSÃO

Comparações com outro do outro grupo



importante para todos os sujeitos, nas duas condições de resposta, quando se comparam com outro do sexo oposto ao longo da dimensão masculina e na ausência de dimensão, do que quando se comparam com outro do mesmo sexo, como mostra o quadro IV.

— o autofavoritismo relativo (preferência por DM sobre PM + RMC) tende a ser sobretudo preferido pelos homens quando se comparam na dimensão masculina ou na ausência de dimensão de comparação, independentemente da pertença do outro, mas na dimen-

QUADRO IV

Preferência por PM + DM sobre RMC

	D. Masculina	D. Feminina	S/Dimensão
Outro do Mesmo Grupo	1.45	1.54	1.92
Outro do Outro Grupo	1.95	1.00	2.25

Interação dimensão × pertença do outro, $F = 2.90$, $g.l. = 2, 104$, $p = .06$.

QUADRO V

Preferência por DM sobre PM + RMC

	D. Masculina		D. Feminina		S/Dimensão	
	H	M	H	M	H	M
Outro do mesmo grupo	2.60	1.35	1.98	.95(a)	2.08	3.03(b)
Outro do outro grupo	3.30(d)	2.38	.23(c)	1.02(d)	2.89(e)	1.75

(Interação sexo × dimensão × pertença do outro $F = 2.83$, $g.l. = 2, 104$, $p = .064$).
 (a) e (b) $t(110) = 1.79$, $p = .076$
 (c) e (d) $t(110) = 2.59$, $p = .011$
 (e) e (e) $t(110) = 2.18$, $p = .031$

são de comparação feminina os homens só se diferenciam em relação aos membros do seu grupo. Para as mulheres, esta estratégia tende a ser menos importante em geral, excepto quando na ausência de dimensão de comparação se comparam com outro do mesmo sexo.

DISCUSSÃO

A primeira observação que estes nossos resultados sugerem é a de que a condição 'dominante' e 'dominado' dos grupos sociais repousa num diferencial valorativo contido nos estereótipos dos dois grupos e que dá sentido às relações entre eles. Nesta experiência, esse diferencial era introduzido através das dimensões de comparação masculina e feminina. Apesar de a manipulação ter evitado propositadamente a sua hierarquização em termos de conotação valorativa, visto que ambas eram associadas à eficácia no desempenho da tarefa, o significado social dos conteúdos definidores do masculino e do feminino manifestou-se claramente, na diferenciação intergrupar, onde os efeitos principais da dimensão de comparação mostram que aquele processo está associado aos conteúdos do estereótipo masculino.

Tal como havíamos predito, o grupo cuja identidade é social e contextualmente valorizada, neste caso os homens, diferencia-se mais do outro grupo, reproduzindo assim em termos comportamentais a distância que os conteúdos socialmente difundidos sobre o masculino e o feminino exprimem. O facto dos membros do grupo dominante também se diferenciarem em relação a outros do mesmo grupo, é um resultado que vai no sentido da tese da covariação e que evidencia a natureza individualista e autónoma de uma identidade social dominante. Por outro lado, a semelhança verificada nos índices de diferenciação na dimensão de comparação masculina e na condição sem dimensão de comparação é um indicador de que a diferenciação intergrupar, manifestada numa medida

de favoritismo pelo grupo de pertença, está de facto associada a uma diferenciação socialmente representada, de modo que na ausência de dimensão de comparação explícita, os conteúdos cognitivos que proporcionam uma identidade emocional e avaliativamente positiva imprimem um significado implícito à situação.

O significado negativo dos conteúdos definidores do feminino manifesta-se pela ausência de diferenciação nas comparações baseadas na dimensão feminina e pelo perfil dos resultados dos membros do grupo dominado, neste caso as mulheres. É este grupo que mais contribui para as estratégias de indiferenciação interindividual, tanto mais quanto mais saliente for a categorização, e isto nas dimensões socialmente significantes.

A escassez de efeitos principais ou de interacção envolvendo a variável condição de resposta é um dado interessante destes resultados. Os efeitos obtidos mostram que as mulheres se indiferenciam mais na presença dos homens e que para estes a presença das mulheres aumenta a indiferenciação com o grupo de pertença na dimensão de comparação masculina e a diferenciação na dimensão feminina. Isto parece indicar que o diferencial valorativo associado às representações dos dois grupos é percebido como legítimo pelos membros do grupo dominante, que afirmam a sua posição privilegiada através do aumento da percepção da semelhança intra-grupar nos conteúdos socialmente valorizados da sua identidade. Por outro lado, recorrem a uma dimensão valorizada no contexto experimental, a feminina, para se diferenciarem do seu grupo o que mostra que o grupo dominante pode também recorrer às características do dominado, desde que estas contribuam para a sua distinvidade.

A estratégia de diferenciação das mulheres consiste, por um lado, em assimilar os valores do masculino, competindo com os homens na dimensão que lhes pertence, distanciando-se ao mesmo tempo do grupo de pertença na condição de comparação vazia de significado

social. O facto de ambos os sexos se diferenciarem na dimensão masculina e não o fazerem na feminina mostra que as mulheres aceitam a natureza individualista da identidade masculina e a natureza fusional da feminina, não pondo, portanto, em causa o quadro das relações intergrupos. Por outro lado, as mulheres indiferenciam-se sobretudo em relação ao seu próprio grupo nas dimensões socialmente significantes.

Este conjunto de resultados indica, a nosso ver, uma estratégia por parte das mulheres, que consiste em salvaguardar a possibilidade de distinção individual, sem alterar o quadro das relações intergrupos. Neste quadro, em que os valores femininos continuam a caracterizar a sua identidade, as mulheres recorrem a formas 'simbólicas' para se distinguirem das outras mulheres, e recorrem aos valores masculinos para se distinguirem dos homens.

Se, como pretendemos mostrar nesta investigação, a relação de dominação entre grupos tem origem numa ordem social objectiva, que se traduz em termos psicossociológicos numa construção social que lhe imprime um significado subjectivo, também é verdade, que o modo como os grupos dominados pensam e agem sobre a realidade da sua situação, pode contribuir para a reprodução ou mudança da relação entre os grupos.

Neste caso, verifica-se que face a uma identidade masculina segura do seu valor e da legitimidade da sua posição privilegiada em termos valorativos, as mulheres optam pela afirmação duma igualdade que parece só ter eco no seio do seu próprio grupo, recorrendo simultaneamente a modalidades de comportamento que lhes proporcionam uma distinção individual, o que aponta para uma ausência de consciência da sua condição social. Uma tal estratégia, que não se pode generalizar às mulheres em todos os contextos, poderá, pelo menos no contexto do trabalho, contribuir para a estabilidade de uma situação que lhes é claramente desfavorável.

BIBLIOGRAFIA

- AMANCIO, I. (1986) Estereótipos e identidade psicossocial das mulheres trabalhadoras. *A Mulher na Sociedade Portuguesa: Actas do Colóquio*, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, vol.1
- AMACIO, L. (1987) *Diferenciação social e identidade social — o caso das relações intersexos*. I Congresso Luso-Espanhol de Psicologia Social, Tomar
- BROVERMAN, I., VOGEL, S., BROVERMAN, D., CLAKSON, F.E., ROSENKRANTZ, R.S. (1972) Sex-role stereotypes: A current appraisal. *Journal of Social Issues*, 28, 2, pp.59-78
- BROWN, R. e DESCHAMPS, J.C. (1980-81) Discriminations entre individus et entre groupes. *Bulletin de Psychologie*, 34, 348, pp. 185-195
- DEAUX, K. (1984) From individual differences to social categories. Analysis of a decade's research on gender. *American Psychologist*, vol. 39, 2, pp. 105-116
- DESCHAMPS, J.C. (1977) *L'attribution et la catégorisation sociale*. Berna: Peter Lang
- DESCHAMPS, J.C. (1979) Différentiation catégorielle et différentiation de soi par rapport à autrui. *Recherches de Psychologie Sociale*, 1, pp.29-38
- DESCHAMPS, J.C. (1982a) Différentiations entre soi et autrui et entre groupes. In J.P. Codol e J.P. Leyens (eds.) *Cognitive Analysis of Social Behaviour*. The Hague: Martinus Nijhoff
- DESCHAMPS, J.C. (1982b) Social identity and relations of power between groups. In H. Tajfel (ed.) *Social Identity and Intergroup Relations*. Cambridge University Press
- DESCHAMPS, J.C. (1983) Identidade e categorização social. *Psicologia*, vol. 1V, 1/2, pp. 123-138
- DESCHAMPS, J.C. (1984) The social psychology of intergroup relations and categorical differentiation. In H. Tajfel (ed.) *The social dimension: european developments in social psychology*. Cambridge University Press
- DESCHAMPS, J.C. e PERSONNAZ, B. (1979) Etudes entre groupes 'dominants' et 'dominés': Importance de la présence du Hors-groupe dans les discriminations évaluatives et comportementales. *Information sur les Sciences Sociales*, 18 (2), pp.269-305
- DOISE, W. (1976) *A articulação psicossociológica e as relações entre grupos*, tradução portuguesa, 1983, Lisboa: Moraes Editores
- DOISE, W. e SINCLAIR, A. (1973) The categorization process in intergroup relations. *European Journal of Social Psychology*, 3, pp.145-157
- DOISE, W. e WEINBERGER, M. (1972-73) Représentations masculines dans différentes situations de rencontres mixtes. *Bulletin de Psychologie*, 24, 305, pp.649-657
- GURIN, P. e TOWNSED, A. (1986) Properties of gen-

- der identity and their implications for gender consciousness. *Journal of Social Psychology*, 25, pp. 139-148.
- HUICI, C. (1984) The individual and social functions of sex stereotypes. In H. Tajfel (ed.) *The social dimension: european developments in social psychology*, vol 2, Cambridge University Press
- LORENZI-CIOLDI, F. (1986) *Appartenances et asymétries. Questions d'identité sociale dans les contextes intergroupes 'dominant-dominé'*. Tese de doutoramento, Universidade de Genève
- MUMMENDEY, A. e SCHREIBER, H.-J. (1984) 'Different' just means 'better': *British Journal of Social Psychology*, 23 pp. 363-368
- NIEVA, V.F. e GUTTEK, B.A. (1982) *Women and Work. A psychological perspective*. Praeger
- SHERIF, M. (1967) *Social interaction. Process and products*. Chicago: Aldine Publishing Company
- TAJFEL, H. (1969) Cognitive aspects of prejudice. *Journal of Social Issues*, 25, 4, pp.79-97
- TAJFEL, H. (1972) La catégorisation sociale. In S. Moscovici (ed.) *Introduction à la Psychologie Sociale*, vol.1. Paris: Larousse
- TAJFEL, H. (1978) Interindividual behaviour and intergroup behaviour. In H. Tajfel (ed.) *Differentiation between social groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations*, Londres: Academic Press
- TAJFEL, H. (1981) *Grupos humanos e categorias sociais, tradução portuguesa*, 1983, 2 volumes, Lisboa: Livros Horizonte
- TAJFEL, H. (1982) Social psychology of intergroup relations. *Annual Review of Psychology*, 33, pp. 1-39
- TAJFEL, H. e FORGAS, J.P. (1981) Social Categorization: Cognitions, values and groups. In J.P. Forgas (ed.) *Social cognition: Perspectives on everyday understanding*, Londres: Academic Press
- TAJFEL, H. e TURNER, J.C. (1979) An integrative theory of intergroup conflict. In S. Worchel e W.G. Austin (eds.) *The Social Psychology of Intergroup relations*. Chicago: Nelson Hall, 2.«P093» edição, 1986
- TAJFEL, H., FLAMENT, C., BILLING, M., BUNDY, R.P. (1971) Social categorization and intergroup behavior. *European Journal of Social Psychology*, 1, pp.149-178
- TURNER, J.C., (1975) Social comparison and social identity: Some prospects for intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 5, pp.5-34
- VALA, J., MONTEIRO, M. e LIMA, L. (1987) Intergroup conflict and relative deprivation in an organizational context: How to survive failure. In D. Canter, J. Jesuino, L. Scozka, (eds.) *Environmental Social Psychology*. Haia: Martins Nijhoff, no prelo.
- van KNIPPENBERG, Ad F.M. e van OERS, H. (1984) Social identity and equity concerns in intergroup perceptions. *British Journal of Social Psychology*, 23, pp.351-361
- WILLIAMS, J. (1984) Gender and intergroup behaviour: Toward an integration. *British Journal of Social Psychology*, 23, pp. 311-316