

O QUE SÃO ESTEREÓTIPOS

WHAT ARE STEREOTYPES?

Luis Antônio Monteiro Campos

Universidade Católica de Petrópolis, Unilasalle e PUC-Rio.

Jesiane de Souza Marins

FASAP

Marta Calil Nascimento Ramos

Centro Universitário São José

José Carlos Tavares da Silva

TCC-ASSIST

Thelma Mary Araújo de Oliveira

UNESA

Claudia Behar

UNILASSALE - RJ

RESUMO

Este artigo objetiva apresentar breves considerações sobre os Estereótipos, termo este que foi inicialmente utilizado por Walter Lippmann, um jornalista, no Livro intitulado “Opinião Pública” em 1922 tendo desde então chamado à atenção de diversos teóricos. Atualmente, pode ser definido como crenças compartilhadas de um grupo em relação a outros, imputando características físicas, morfológicas e/ou psicológicas. Sendo este conceito muito útil para compreender processos de interações sócias.

Palavras-chave: Estereótipos, Cognição Social, Crenças compartilhadas.

ABSTRACT

This article aims to present brief considerations about Stereotypes, a term that was initially used by Walter Lippmann, a journalist, in the book entitled “Public Opinion” in 1922. It can now be defined as shared beliefs of one group in relation to others, imputing characteristics physical, morphological and / or psychological. This concept is very useful for understanding processes of social interactions.

Keywords: Stereotypes, Social Cognition, Shared Beliefs.

HISTÓRICO

O primeiro autor a utilizar termo estereótipos foi Lippmann (1922) no seu trabalho intitulado "Opinião Pública". Para este autor os estereótipos seriam por analogia "quadros mentais" (Lippmann, 1950, p.1). As imagens mentais eram indispensáveis para fazer frente a grande quantidade de informações provenientes de nosso meio. Lippmann discutiu que os humanos não respondem diretamente à realidade externa, mas a uma representação deste meio ambiente por eles constituído que é chamado de ficção. Isto que designa estereótipos como estruturas cognitivas que facilitaram o processo de informação sobre o mundo externo.

"Estereótipos é o traço primordial que precede a razão; é uma forma de percepção, que impõe um certo caráter sobre os dados de nossos sentidos antes que os dados alcancem a inteligência" (Lipmann, 1950, p. 65).

Lippmann, em seu estudo sobre estereótipos, constatou que os sujeitos são definidos pela sociedade como forma de defesa pessoal, e são determinados de acordo com a cultura e tradição familiar as quais nos pertence.

Lippmann não avançou em todas as formas de proposições concretas que permitiriam analisar os aspectos específicos dos estereótipos. Logo após os primeiros estudos de Lippmann, sobre estereótipos, surgiram outros estudos semelhantes.

Com todas as pesquisas que surgiram sobre estereótipos, esses estudos, muitas das vezes, eram confundidos como ponto central ao preconceito, inclusive dentro de uma abordagem psicodinâmica. Adorno, Frenkel-Brunswick, Levinson e Sanford (1950) propuseram a teoria psicodinâmica sobre preconceito. Eles associaram o preconceito a um tipo de personalidade particular, chamando de personalidade autoritária. O preconceito foi considerado como um modo de satisfazer as necessidades da personalidade da pessoa. O aspecto psicodinâmico dos estereótipos é o indivíduo e seu funcionamento psicológico. O termo preconceito para a visão psicodinâmica tem um papel central e se acredita que é um instrumento de integração de personalidade. Não se acredita que os estereótipos são associados à personalidade preconceituosa.

"Foi examinada a relação entre várias formas de rigidez de pensamento e preconceito, mas foi prestada pouca atenção à relação entre essas diferenças individuais de estilo cognitivo e o conteúdo e organização de crenças relativas a grupos sociais" (Ashmore e Delboca, 1981).

A pesquisa inicial em estereótipos estava relacionada a estereótipos raciais e étnicos em nível de grupo. Foi dada muito pouca importância aos estudos dos estereótipos em nível individual. Tanto que existe uma definição com a qual estará de acordo com a maioria dos autores e bastante próxima ao sentido comum, que apresentará os estereótipos como um conjunto de crenças compartilhadas sobre as características pessoais, traços de personalidade e dos comportamentos próprios de um grupo de pessoas. Em contrapartida a maneira em que os indivíduos dão conta da associação entre os atributos e um grupo e as razões que levam a recorrer a um estereótipo são aspectos ao menos muito importantes, ainda que estas questões dificilmente sejam examinadas.

O conceito de estereótipo, inicialmente na visão cognitiva, era considerado essencialmente como esquema. E também eram estudados conceitos e correlatos como auto-estereótipos, "atributos estereotipados ou protótipos," "estereótipos dos papéis ocupacionais", "estereótipo de gênero", estereótipos sociais e "estereótipos de julgamento".

Dentro desta concepção a estereotipia pode influenciar diferentes processos cognitivos humanos, como a interpretação do comportamento de um membro de um outro grupo, uma atribuição causal para o comportamento da pessoa, retenção de informação sobre membros de um grupo, as inferências sociais da pessoa e a própria interação comportamental da pessoa com um membro de outro grupo.

Com o passar do tempo o conceito de estereótipos tem sido mudado de uma perspectiva negativa acerca de um grupo para uma generalização das características atribuídas a pessoas e objetos que apresentam entre si alguma semelhança, seja ela marcante ou não.

Existem vários tipos de estereótipos, o mais frequente é o de gênero, no entanto, existem estereótipos em todos os domínios da vida social: relativos às ocupações, ao ciclo vital, à família, à classe social, ao estado civil, aos desvios sociais e a qualquer campo da vida que desejamos diferenciar.

O estereótipo de gênero é uma atribuição feita pelo grupo, de traços e comportamentos específicos a homens e mulheres. Este tipo de estereótipo é constatado não apenas por observação, mas foram feitos experimentos no sentido de provar que grupos acreditam que mulheres têm desenvolvimento intelectuais menor do que o do homem e vice-versa.

A teorização em estereótipos é caracterizada por diferentes vertentes e interesses individuais ao longo das últimas décadas de pesquisa. Não se encontra ainda hoje um conceito único. Sendo assim, os pesquisadores exibem algumas diferenças importantes no modo pelo qual eles definiram o que são estereótipos.

Ashmore e Delboca (1979) identificaram quatro pontos principais de concordância entre psicólogos sociais com respeito da definição de estereótipos.

- Um estereótipo é cognitivo (convicção, julgamento, visão, percepção, características, atribuição, suposição, expectativa e assim por diante).;
- Um estereótipo é um grupo de crenças relacionadas;
- Estereótipos descrevem os atributos, personalidades, ou caráter de grupos e os diferenciados, como os homens e mulheres: quer dizer, estereótipos comparam grupos e os diferenciam;
- Estes grupos de crenças são compartilhados pelos indivíduos e pelos grupos aos quais pertencem.

Allport (1954) e Tajfel (1959), compartilham o ponto de vista segundo o qual a origem dos estereótipos se explica pelas mesmas características dos sistemas de tratamento da informação dos observadores. Tajfel e Wilkes (1963) tentam mostrar que a categorização dos objetos em classes distintas acentua tanto as diferenças entre as categorias (um efeito de contraste) como as semelhanças dentro das categorias (um efeito de assimilação). Os sujeitos deviam examinar seis vezes oito linhas de longitude variável (entre 16,2 e 22,8 cm). Em uma primeira condição, cada uma das linhas estava acompanhada de uma etiqueta (A ou B) ao acaso. Em uma segunda condição, a mesma etiqueta acompanhava sistematicamente as quatro linhas mais curtas ou as quatro linhas mais largas. Em uma última condição, não se empregava nenhuma etiqueta e os sujeitos deviam simplesmente estimar a longitude de cada linha. Contrariamente ao que se passava quando as etiquetas eram inconscientes ou estavam ausentes, os sujeitos confrontados a situação das etiquetas consistentes exageravam a diferença entre as quatro linhas mais curtas e as quatro mais largas. Ainda que os resultados encontrados por Tajfel e Wilkes (1963; Tajfel, 1959), não permitiam confirmar o efeito de assimilação, outros trabalhos apoiados nesta proposição, posto que se pode estabelecer uma analogia entre a estimação das linhas e a percepção social, estes resultados nos permitem pensar que os estereótipos de pessoas formam parte do pensamento de todo mundo. Os estereótipos seriam uma consequência natural da maquinaria mental da qual dispomos.

CARACTERIZAÇÃO DOS ESTEREÓTIPOS

Neste particular Pereira (2002, p.50) registrou que:

Os estereótipos surgem em diferentes tipos de contextos, cumprindo uma série de funções relacionadas às características particulares de sua emergência, tais como responder aos fatores ambientais, como nas situações de conflitos grupais e nas diferenças de poder, nos papéis sociais, e por fim, atender as necessidades da identidade social.

Para se caracterizar os estereótipos deve-se levar em consideração o consenso, a hegemonidade, a distintividade e os fatores descritivos e avaliativos.

O processo de estereotipização é individual, no sentido de que se algum único indivíduo achar que pessoas da terceira idade saudáveis são as que praticam algum tipo de atividade esportiva e remeter isso a grupos sociais, seja através da televisão, de e-mails, de jornais, revista entre outros meios de comunicação e esses diversos grupos aceitem o dito pelo único indivíduo, isto de deixa de ser apenas uma crença e passa a ser estereótipos.

As crenças que se transformam em estereótipos surgem com a passagem do tempo com as repetidas experiências entre membros de diversos grupos, influenciando as respostas que serão apresentadas em futuros encontros com os indivíduos do grupo alvo dos estereótipos.

Encontramos duas maneiras de se conceder basicamente os estereótipos:

- Como estruturas que podem ser representadas dentro das mentes individuais;
- Como elementos inerentes à própria sociedade, sendo amplamente compartilhados pelas pessoas que convivem no interior de uma mesma cultura.

Segundo Pereira (2002), tais considerações vinculam decisivamente os estereótipos, como a percepção social, dado que se aceita a suposição de que a informação percebida deve ser interpretada, codificada, armazenada e retirada da memória e que em todas estas instâncias podem se fazer presentes mecanismos da distorção perceptual.

Neste caso os estereótipos são concebidos como informações públicas compartilhadas pela ampla maioria dos membros da sociedade a respeito de alguns grupos sociais.

Para Pereira (2002), “ os estereótipos deveriam ser caracterizados como uma parte do conhecimento coletivo de uma sociedade”, pois na medida em que estas crenças compartilhadas geram efeitos consideráveis na manifestação dos comportamentos sociais, é impossível não levá-las em consideração quando se procura alcançar um conhecimento mais amplo acerca dos processos de estereotipização.

ESTEREÓTIPOS REPRESENTADOS ATRAVÉS DA LINGUAGEM

A transmissão dos estereótipos envolve algum tipo de comunicação, a linguagem ocupa um papel fundamental na representação dos estereótipos, pois não só é impossível se transmitir um estereótipo sem usar a linguagem, como também não se pode pensar na criação e mudanças dos estereótipos sem se levar em conta o papel da comunicação verbal. Além do mais, é importante assinalar que uma das características mais interessantes dos estereótipos é o uso de recursos linguísticos especializados com a finalidade de avaliar os grupos, como se observa quando, por exemplo, utiliza-se em algumas situações a palavra homossexual para se referir a um dado grupo social e, em outras, os termos gay, boiola ou bicha, uma vez que nestes últimos exemplos a utilização do estereótipo é muito mais poderosa, ocupando uma posição decisiva no sistema de armazenamento transpessoal da linguagem.

Já foram apontados os elementos que indicam a forma tendenciosa da linguagem, seja pela condição da impossibilidade total da representação, seja pelo tendencioso ideológico imanente ao contexto sócio-político e econômico.

Segundo Pereira (2002) uma das formas tendenciosas por falsa representação ou por decorrência ideológica é o estereótipo. Introduzido nos estudos de Comunicação por Walter Lippmann, o estereótipo constitui-se fato observável no campo das linguagens, especificamente na linguagem verbal.

A lingüística, a Comunicação e a Psicologia Social têm-se debruçado sobre o estereótipo, visando a estudá-lo, cercado seu campo de ação, sua conceituação e suas características.

Lippmann (1972, p.25) ao definir o estereótipo, afirma que:

O estereótipo designa uma opinião preconcebida acerca de atributos exteriores. Caracteriza-o ainda como um mecanismo que ajuda na economia do pensamento, que organiza as experiências, dando lugar às generalizações.

Para Lippmann (1972) a experiência observada e retida se afigura na maioria das vezes, como algo selecionado do que foi retido. Considera que os fatos que absorvamos são por um mecanismo econômico, no sentido de retê-los por uma posição em que nos encontramos e, somado a isto, pela perspectiva de nossos olhos. Este mecanismo dá lugar a uma economia do pensamento, mas também à sua deformação.

Lippmann chama a atenção para o fato de que, na grande maioria das vezes, primeiro definimos algo para só depois vermos o definido.

Desse modo, imaginamos o mundo, ou as coisas antes mesmo de experimentá-los e os guardamos, produzindo uma ingenuidade perceptiva e individualizada, portanto dentro da angularidade da deformação de nossas ex-

periências subjetivas. E, ainda, aplicamos tais percepções deformadas com demasiadas generalizações. Assim, colhemos os fatos nas generalidades, particularizamo-los sob o nosso ângulo perceptivo, e voltamos a aplicá-los a novas generalidades (CAMPOS,2016).

Referente a consistência do estereótipo Lippmann (1972, p.38) registrou que:

Este aspecto da consistência do estereótipo, e sua circulação automatizada no âmbito do social, leva a pensar que tal fato seria de caráter biológico. O que na verdade não é, pois se trata de um fato da linguagem e da cultura; mas sua automação é tamanha, que chega a se comparar com a eficiência do fato biológico.

Na verdade, nas palavras de Lippmann pode-se perceber é o mecanismo da interpretação, ou dos estereótipos produzidos pela linguagem e sua agregação aos conteúdos da cultura, e que os indivíduos os acatam com uma credulidade automatizada.

O caráter da fugacidade ou rapidez do cotidiano também patrocina essa deformidade do pensamento na figura dos estereótipos. Nosso discurso se embasa em cálculos "probabilísticos", pois, pela rapidez do decurso do tempo nos discursos, não há tempo para assertivas científicas.

O caráter da ação e percepção que guia nossa atividade interacional com o mundo, sublinhando o trabalho perceptivo no recolhimento das interfaces do real, o que nos credencia ao conhecimento e reconhecimento da realidade.

Este recorte perceptivo do sujeito sobre o objeto é guiado por procedimentos econômicos, do tipo facilitador, por meio dos quais se apreendem "aspectos "do real, já recortados e confeccionados pela cultura.

O recorte do já consagrado culturalmente que coincide com o que chamamos de processo de estereotipia, que dá uma aparência ao fato social, a do fato biológico, face à força com que a estereotipia é apreendida, utilizada na cultura, e com que se faz sua circulação no social.

Ecléa Bosi (1977) também apresenta como característica do estereótipo a tendência à simplificação. No estereótipo, pois, se dão um resgate de generalidades e uma eliminação de pormenores e detalhes. Tais experiências são passíveis de superarem a estereotipia quando "à luz de novas experiências" checamos ou corrigimos as impressões generalizadoras iniciais.

A autora considera como destacável o período de socialização da criança, em que aparecem as imposições sociais imbuídas, grande parte das vezes, de estruturas estereotipadas, com um estreitamento do campo mental, pelas generalizações apreendidas sob a forma de estereótipos.

Captam-se as imposições dos valores sociais sem maiores ponderações lógicas ou de objetividade. Se, em decorrência, disto, aparece o que a autora chama de "estreitamento mental", também aparecem às submissões e a integração social com uma consequente segurança social.

Ecléa Bosi (1977) também partilhando do ponto de vista de Heller, aponta o cotidiano, como que permeado por esse caráter de fugacidade, o que implementa o espírito generalizador do estereótipo onde se vulgariza o conhecimento, no sentido de consumir seu aspecto superficial elegendo o mecanismo da opinião, um senso comum ou da aparência como forma de verdade.

Schaff (1974) mostra que tanto o conceito como os estereótipos se ligam à realidade da linguagem, da palavra, portanto, do signo. Pelos signos emergem não só os conceitos como os estereótipos. Tal fato se deve à forma pela qual a representação representa generalidades, tais como aquelas oriundas e pertinentes aos conceitos. Assim, para Schaff estão relacionados palavra e conceito, como também palavra e estereótipo. Ele afirma ainda que sem conceitos não podemos pensar, ou que é impossível pensar sem palavras que tenham significados concretos. Contudo, pode-se pensar sem estereótipos, pois estes não correspondem a uma categoria lógica do pensamento, mas, sim, do nível pragmático. Segundo Schaff (1974) o estereótipo surge sobretudo, quando se submete à linguagem - a jogos de valorações, vindo a causar demasiadas generalizações sem que aí se tenha uma equidade lógica.

Eis o nosso destino enquanto sujeitos da linguagem: querer dizer pelo que já foi dito, ou querer dizer o novo através do que posso dizer pelo próximo conhecido- o conceito-, mas que não é o mesmo que o novo.

Na verdade, a linguagem tem o poder de alterar enquanto limitação do poder de representação; ao mesmo tempo, ela é reflexo dos mecanismos da cultura, de seus valores, o que implica no mecanismo do estereótipo em ultra generalizar. O estereótipo é, assim, um efeito da linguagem que, por sua vez, é um efeito ideológico.

Das considerações apresentadas pelos diversos teóricos, observamos a presença comum das seguintes características no estereótipo:

- Um fenômeno do pensamento/linguagem,
- Um sentido de economia na formulação da ideia ou do fato ou comportamento,
- O cotidiano como contexto propício para a realização do estereótipo,
- Um mecanismo de generalização e simplificação profunda, acenando para a opinião em detrimento da objetividade do conhecimento,
- Um mecanismo que permite o aparecimento de alteração da realidade, nas suas condições de existência, ensejando o aparecimento das ideologias.

CONCEITO DE ESTEREÓTIPOS

Neste particular Korten (2001, p.38) registrou que:

Estereótipos podem ser concebidos como a maneira que o indivíduo organiza sua experiência para fornecer meios de antecipar a conduta de outros. O estereótipo é implicitamente um grupo de probabilidade, por exemplo: é mais provável que um indivíduo músico tenha cabelos compridos do que um operário de construção, isso fornece ao indivíduo um poder previsível, que ele não teria sem o estereótipo.

Tajfel (1982, p.162), postula os estereótipos como: “a atribuição de características psicológicas gerais a grandes grupos humanos. Os estereótipos são certas generalizações realizadas por indivíduos. Derivam predominantemente ou são umas instâncias do processo cognitivo geral da categorização”.

Tajfel (1982) faz uma distinção entre estereótipos em geral e estereótipos sociais, os últimos estereótipos só se tornam sociais quando são compartilhados por um grande número de pessoas no interior de grupos sociais ou entidades.

Segundo Rodrigues (2000- apud Gordon Allport, 1954), estereotipar é a “lei do menor esforço”, ou seja, definimos tal pessoa, tal grupo, tal lugar, sem nos esforçarmos em analisar o caso, mas concluímos por uma primeira impressão ou primeiro momento. Isto é feito com o objetivo de economizar tempo e economizar nossas cognições.

Segundo Fiske & Taylor (1991) “Procuramos adotar estratégias que simplifiquem problemas complexos”.

Em termos de comparação de estereótipos com rotulação, pode-se encontrar a rotulação dentro do ato de estereotipar. Rotular significa ter percepções positivas ou negativas acerca de uma pessoa ou coisa e que não muda, pois nossa consistência cognitiva faz com que qualquer outro adjetivo que não esteja de acordo com o rótulo se anule, ou a acreditar que o rótulo é “assim” nos faz exigir que o rotulado aja da maneira que se acredita que ele é.

Os estereótipos são expressões diretas da opinião e dos valores. Um estereótipo é uma ferramenta valiosa na análise da cultura popular porque uma vez que o mesmo for identificado e definido, nos fornecerá automaticamente como uma expressão importante, revelando da opinião e de valores de outra maneira escondidos. Isto significa que os estereótipos são úteis em seguir a evolução do pensamento popular, ou seja, a maneira em que a opinião e os valores se associaram com os grupos específicos, melhor dizendo, como rotularam estes grupos.

Os estereótipos são generalizações, ou suposições, que fazem parte sobre as características de todos os membros de um grupo, baseados em uma imagem (frequentemente de erro) em relação aos mesmos. Como por exemplo, um estudo dos estereótipos revelou que os americanos estão sendo considerados geralmente em seres amigáveis, generosos, e tolerantes, mas também arrogantes, impacientes e dominadores. Já os asiáticos, têm-se a noção de

que são mais reservados. Mas ao mesmo tempo sabemos que nem todos os americanos são amigáveis e generosos; e nem todos os asiáticos são reservados.

Os erros em relação a estereótipos são encontrados, porque ao compartilharmos tipos de crenças fazemos suposições, estas não são baseadas em interpretação cautelosa dos grupos que estão sendo observados. Se no momento que observarmos e deixarmos de tirar conclusões prévias à probabilidade de erro da classificação de estereótipos sobre o mesmo observado diminui. Nos conflitos, os indivíduos tendem a revelar imagens excedentes e negativas.

Como seres humanos, nós avaliamos naturalmente tudo que nós vimos no contato com o outro. Fazemos isso porque tentamos especialmente ganhar a introspecção e o sentido de nossas avaliações em relação aos grupos. Os estereótipos são as estruturas “cognitivas que contêm o conhecimento, a opinião, e as expectativas de percepção sobre os grupos humanos. Estas construções cognitivas são criadas frequentemente fora de uma verdade e distorcidas então além da realidade”.

Os estereótipos raciais são opiniões construídas, generalizando as raças com características únicas. Estas características atribuídas são geralmente negativas e errôneas, pois cada povo, grupo, cor, tem uma característica própria, de forma não generalizada.

Os estereótipos mantêm uma relação muito próxima com o processo perceptivo, pois procuramos dar forma ao mundo a partir de concepções já previamente formadas.

O estudo da percepção é de certa complexidade, pois o processo perceptivo é um processo ativo onde o percebido é influenciado não apenas pela situação objetiva, mas também por fatores próprios, como sua motivação, suas emoções, seus estereótipos, seus preconceitos entre outros. Essa subjetividade do processo perceptivo permite a pessoas diante de uma mesma situação terem percepções distintas e não necessariamente distorcidas da realidade.

Estudos sobre o sóciocognitivismo, reafirmam o papel crucial dos estereótipos na percepção de outros seres humanos, havendo mesmo quem defenda que as pessoas utilizam prioritariamente os estereótipos para interpretar a informação complexa sobre indivíduos e grupos, buscando outras interpretações apenas, quando os estereótipos não oferecem explicações suficientes.

O estereótipo é “...uma representação social sobre os traços típicos de um grupo, categoria ou classe social...” (Ayestaran e Páez, 1987) e caracteriza-se por ser um modelo lógico para resolver uma contradição da vida cotidiana, e serve, sobretudo para dominar o real. No entanto, também contribui para o não reconhecimento da unicidade do indivíduo, a não reciprocidade, a não duplicidade, o despotismo em determinadas situações.

Durante todo decorrer de nossas vidas nos deparamos com conceitos e com imposições acerca de uma cultura, um lugar, uma pessoa, uma situação, entre outros. A partir de então nos colocamos a disposição de estereótipos, ou seja, de crenças compartilhadas em grupo.

Quando nos utilizamos o processo de socialização é possível adquirir recursos e habilidades sociais, possibilitando o reconhecimento como membro de um grupo, podendo assim ajustar-se da melhor maneira possível ao seu ambiente. A socialização é que define o indivíduo como ser atuante de um ambiente que o permite ser de formas diversas, desde que saiba utilizar seus recursos, habilidades e potencialidades.

Segundo Krüger (1986, pg. 42) “a socialização é um processo que nos torna aptos à convivência, intercâmbio e ajustamento psicológicos, qualquer que seja o sistema sociocultural tomado como referência”.

Esta definição nos permite perceber que a socialização acontece por toda nossa vida, sem que tenha momento do atingimento máximo, não se pode dizer que somos socializados, mas podemos dizer que somos socializáveis, pois a todo instante nos permitimos entrar em contato com o ambiente, com outro grupo, melhor dizendo, com o mundo. É neste contato que está nossos crescimentos cognitivos, afetivos, comportamentais.

No processo de socialização nos é permitido entender e categorizar o mundo que nos rodeia e formarmos ideias de quem somos e os papéis a desempenhar. É descoberto a que grupo pertencemos e neste momento que há a diferenciação grupal, onde o sujeito recolhe informações que sejam iguais a um número valorativo de grupos e é neste momento também que os estereótipos podem ser formados.

Então se começa a estereotipar a partir do momento que o sujeito se socializa, observa as qualidades e defeitos do seu grupo, compara com os demais e tira uma conclusão com uma resposta final, onde generaliza as características.

Quando nascemos à vida já nos coloca para entrar em contato com os estereótipos e é na infância que aceitamos melhor os estereótipos e as crenças, pois nesse momento não estamos aptos ainda para debatermos qualquer tipo percepção, nem de questionarmos o que nos é mostrado ou falado. Mas a partir do momento que tomamos consciência do mundo que nos rodeia, que geralmente é na pré-adolescência, passamos questionar os valores, as crenças e os estereótipos em si.

Então, se pensarmos o processo de socialização como forma de obtermos estereótipos podemos estar enganados, pois o processo de socialização traz consigo o questionamento do mundo que nos rodeia e é neste questionamento que podemos mudar o estereótipo ou crença que nos foi dado quando criança podendo assim o eliminar ou modificar.

Para a Psicologia Social o objeto de estudo somos nós seres humanos enquanto participantes de interações sociais, ou seja, esta estuda as condutas humanas enquanto influenciadas por outras pessoas.

Para que um ou vários estereótipos sejam formados em nossas vidas, é necessário que aceitemos ou que nos identifiquemos com uma ou várias crenças e a partir de então compartilhá-las. Essas crenças podem ser encontradas em vários lugares, como televisão, rádio, internet, entre outros; em várias circunstâncias como, lendo, escrevendo, trabalhando entre outras; e em vários períodos de nossas vidas como infantil, adolescência, adulto e terceira idade.

Esse processo onde nos relacionamos com outros grupos e compartilhamos tais crenças é o processo de socialização (CAMPOS,2015).

A comunicação social é um fenômeno de transmissão ou intercâmbio de mensagens ao nível social.

Comunicação pode ser considerada como um processo dinâmico subjacente à existência, ao crescimento, à modificação e ao comportamento de todos os sistemas vivos – indivíduo ou organização. Pode ser compreendida como função indispensável de pessoas e organizações, através da qual a organização, ou o organismo se relaciona com o meio ambiente, com os outros e com suas próprias partes, mediante processos internos.

Cada lugar, cada momento da história da sociedade encontra-se um tipo de comunicação social específica e diferente das demais. Então para que haja um intercâmbio dessas diversas sociedades é necessário que seja utilizado instrumentos de comunicação e seu uso depende único e exclusivamente do meio social.

A comunicação muda de época para época, podendo hoje a internet ser um veículo de boa interação e mais tarde não ser mais necessária. Para cada época a comunicação tem um sentido e para cada cultura também. A comunicação age de acordo com o tempo e de acordo com a cultura, mas, para que se tenha noção das diferentes sociedades é preciso haver a comunicação social, onde os valores, o pudor e a ética são transmitidos de uma sociedade para outra não como forma de uma se aderir a outra, mas como forma de tomar conhecimento sobre as diversas.

Este tipo de comunicação, que podemos dizer humana, é possível por causa da tecnologia que inova e se desenvolve a cada dia.

Melhor dizendo, a necessidade que temos de aprender tudo de novo que surge em nossa sociedade nos faz trocar informações para que possamos estar embutidos no conhecimento do outro e vice-versa.

Segundo Oskamp, (1991- apud Campos, 2001), os meios de comunicação como recursos tecnológicos, permitem ampliar, conservar, reproduzir ou expandir crenças e estereótipos aos grupos aonde eles cheguem. Eles também são mais efetivos em criar crenças acerca de assuntos sobre os quais não se tem nenhuma opinião anteriormente formada.

Quando relatou-se em linhas atrás que os estereótipos podem ser verdadeiros ou falsos foi no sentido que ocorre com a comunicação social, ou seja, a mensagem nem sempre chega igual para todas pessoas, então acreditamos e criamos crenças e estereótipos de acordo com o que vemos, por isso que acreditamos que os negros são suspeitos, que os americanos são cruéis, entre outros.

As informações são internalizadas pela forma que os meios de comunicação transmitem e mais ainda quando não se tem contato com a informação, então as crenças, estereótipos e conclusões são obtidos pelo que se percebe.

Tópicos, ditos, refrões, frases feitas, etiquetas verbais ou adjetivações a respeito de pessoas e grupos, são alusões que frequentemente encontramos, sejam nas conversas diárias da rua sejam nos próprios meios de comunicação social.

Mesmo sabendo que muitas formas de perceber o mundo e suas circunstâncias são estereotipadas nos deixamos fluir desta maneira por que "na medida em que o conhecimento humano não é capaz de ser sempre complexo, flexível e crítico podemos dizer que tendemos a cair no estereótipo" (Castro, Diaz e Veja 1999).

O mundo social e humano, dificilmente se apresenta em sua realidade objetiva e objetual, sem possuir adjetivações (frequentemente estereotipadas), sendo assim, podemos admitir que os estereótipos tendem a ser uma percepção extremamente simplificada que podem influenciar condutas sociais ao admitir que qualquer membro deste grupo tenha as características atribuídas ao grupo.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, T.W., FRENKEL-BRUNSWIK, E., LEVINSON, D.J., & SANFORD, R.N. The authoritarian personality. New York: Harper and Row.1950.
- ALLPORT, G.W. The nature of prejudice (3ª ed.). Wokingham: Addison-Wesley, 1954.
- ASHMORE, R. D., & DEL BOCA, F. K. Sex stereotypes and implicit personality theory: Toward a cognitive–social psychological conceptualization. *Sex Roles: A Journal of Research*, 5(2), 219-248. 1979.
- ASHMORE, R. D. & DEL BOCA, F. K. Conceptual Approaches to Stereotypes and Stereotyping. In: D. L. Hamilton (Ed.), *Cognitive Processes in Associates*, Pub. 1981.
- AYESTARAN, S.; PAEZ, D. Representaciones sociales y estereotipos grupales. In Paez [et al.] cap. V, p. 221-262.1987.
- BOSI, E. Contexto. São Paulo: Hucitec, 1977.
- CAMPOS, L.A.M. Psicologia da personalidade. Rio de Janeiro: SESES, 2016.
- CAMPOS, Luis Antônio Monteiro. Estereótipos e socialização. *Conhecendo Online*, v. 2, n. 1, 2015.
- CASTRO, Florêncio Vicente; DIAZ, A. V. D.; VEJA, J. L. V. Construcción psicológica da la identidad regional: tópicos y estereótipos en el proceso de socialización el referente a Extremadura. Badajoz: Gráfica Disputación Provincial de Badajoz, 1999. ISBN 84-7796-007-0. p. 63-66. 1999.
- FISKE, S. T., & TAYLOR, S. E. McGraw-Hill series in social psychology. *Social cognition* (2nd ed.). New York, NY, England: Mcgraw-Hill Book Company, 1991.
- KORTEN, D. O Mundo Pós- Corporativo. Brasil, Ed. Vozes, 2001.
- KRÜGER, H. Introdução à Psicologia Social. Ed. Pedagógica e Universitária LTDA, São Paulo, 1986.
- LIPPMANN, W. Public Opinion. Nova Iorque: Free Press. (1922/1961).
- LIPPMANN, W. Estereótipos. In: *Meios de Comunicação de Massa-Org-C.S.Steinberg.SP,Cul- trix* 1972.
- OSKAMP, Stuart. A sustainable future for humanity? In: CAMPOS, L.A . Estereótipos em relação a adolescentes. Rio de Janeiro, 2001.
- PEREIRA, M. E. Psicologia social dos estereótipos. São Paulo: EPU, 2002.
- RODRIGUES, AROLDO. Psicologia Social. Vozes, Rio de Janeiro, 2000.
- SCHAFF.A. Linguagem e Conhecimento. Coimbra: Almediana, 1974
- TAJFEL, HENRI. Grupos Humanos e Categorias Sociais I. Ed. Livros Horizonte, Lisboa, 1982.
- TAJFEL, H. Quantitative judgment in social perception. *Br. J. Psychol.* 50, 16. 1959.
- TAJFEL, H. & WILKES, A.L. Classification and quantitative judgment. *Br. J. Psychol.* 54, 101. 1963.