

1  
Coo

---

## IDENTIDADE SOCIAL E AUTO-CATEGORIZAÇÃO

EVA PETIZ DE FREITAS LOUSÃ

### RESUMO

Este artigo visa rever o conceito de identidade social e o conceito de auto-categorização, e as teorias que lhe estão subjacentes, respectivamente: a teoria da identidade social e a teoria da auto-categorização. A teoria da identidade social realça as consequências emocionais e de valor da pertença grupal dos indivíduos e o papel dos valores na diferenciação intergrupala. A teoria da auto-categorização, por seu lado, propõe que os indivíduos estão motivados para se definirem a si próprios o mais claramente possível. Para esta teoria, nas suas percepções e julgamentos, as pessoas procuram aumentar a distintividade entre o endogrupo e o exogrupo, definindo, assim, com clareza, a sua identidade social. A conclusão deste artigo é que os indivíduos, ao julgarem os grupos sociais e os seus membros atribuem a si próprios um valor idêntico ao do endogrupo.

### ABSTRACT

The main purpose of this article is to review the social identity concept and the self-categorisation concept and the theories that are directly related to them: the social identity theory and the self-categorisation theory. The social identity theory highlights the emotional consequences and the individuals values of belonging to a group; furthermore it is shown the importance of the role which is associated to the values in the intergroup differentiation. On the other hand the self-categorisation theory assumes that the individuals are motivated to define themselves as clearly as possible. In what concerns this theory, in its perceptions and judgements, people seek to improve the distinctiveness between ingroup and outgroup in order to limit clearly their social identity. Summing-up, this article puts in evidence that the individuals in judging the social groups and its members attribute to themselves an identical value as to the one shown previously by the ingroup.

### INTRODUÇÃO

Quando pensamos sobre nós próprios, mais especificamente sobre quem somos, podemos referir traços individuais, sentimentos ou comportamentos, como sejam: "sou uma pessoa simpática", "sou uma pessoa trabalhadora", i.e. informação acerca das nossas qualidades pessoais. Outros pensamentos

## IDENTIDADE SOCIAL E AUTO-CATEGORIZAÇÃO

podem estar relacionados com os nossos grupos de pertença: "eu sou uma mulher", "eu sou membro do partido político X". Estes pensamentos dão-nos informação sobre nós próprios e ajudam-nos a definir quem somos, i.e. possibilitam o nosso auto-conhecimento (Smith e Mackie, 1995). Mas porque será que o género, a afiliação política, os grupos étnicos e outras categorias sociais são tão importantes para a pessoa? Os sentimentos que a pessoa e outros têm relativamente à pertença a determinadas categorias sociais e à identificação com determinado grupo (por exemplo, ser mulher, fazer parte de um partido político, ...) tem um impacto ao nível da auto-estima, aumentando-a ou diminuindo-a. De acordo com a pesquisa conduzida no domínio da teoria da identidade social (cf. Tajfel e Turner, 1986), a pessoa nas suas percepções, comportamentos e julgamentos interpreta a informação de modo a não por em perigo o seu sistema de valores e de crenças (Tajfel, 1969), tendendo, assim, a proteger o sentimento de superioridade relativa do seu próprio grupo (endogrupo), em comparação com outros grupos (exogrupo). Dito de outro modo, as pessoas geralmente têm tendência a associarem-se a grupos que possuam características favoráveis e a julgarem o seu próprio grupo em termos relativamente favoráveis, o que conduz à manifestação de uma preferência por este em detrimento de outros grupos. As comparações com o exogrupo e a distinção do endogrupo de uma forma positiva tem consequências para a auto-estima do indivíduo. Neste contexto, as rivalidades entre partidos políticos, entre escolas, entre grupos profissionais, a exaltação do endogrupo em comparação com o exogrupo, reflecte em parte a necessidade do indivíduo alcançar uma identidade social positiva.

Neste artigo iremos rever dois conceitos - o conceito de identidade social e o conceito de auto-categorização - e as teorias que lhe deram corpo: a teoria da identidade social (Tajfel e Turner, 1979; 1986) e a teoria da auto-categorização (Turner, Hogg, Oakes, Reicher e Wetherell, 1987). Estas teorias têm merecido grande atenção dos psicólogos sociais no âmbito do estudo da percepção e do comportamento intergrupo. A teoria da identidade social explica o fenómeno de diferenciação e discriminação intergrupo na ausência de conflitos de interesses. A teoria da auto-categorização explica os processos cognitivos de auto-categorização que estão subjacentes à formação psicológica de um grupo, no qual o conceito de identidade social tem um papel central.

### **O CONCEITO DE IDENTIDADE SOCIAL**

A identidade social é definida como "a parcela de auto-conceito que deriva do conhecimento que o indivíduo tem da sua pertença a um grupo social (ou grupos), juntamente com o significado emocional e valor associado a essa pertença" (Tajfel, 1982; p. 290). Neste sentido, os indivíduos definem-se, não só através do conhecimento das características e atributos que descrevem o grupo,

ou a categoria social, mas também através do significado avaliativo (existência de uma conotação de valor positiva ou negativa associada à pertença de um indivíduo a um grupo) e do investimento emocional associado ao conhecimento das características e avaliações. Estas três componentes (cognitiva, avaliativa e emocional) são necessárias para a definição da identidade social (Tajfel, 1982a). Compreende-se, assim, que os indivíduos tentem preservar ou alcançar uma identidade social positiva. De acordo com a teoria, a identidade social positiva só pode ser alcançada de forma comparativa. A teoria da identidade social salienta que este processo de comparação social (Tajfel, 1982; Tajfel e Turner, 1979; 1986) só tem significado em dimensões de valor. Para Tajfel (1982), as condições base para a definição de pertença a um grupo estão reunidas, a partir do momento em que as pessoas com ele se identificam, e que outros os definam como seus membros. O favoritismo em relação ao endogrupo é uma expressão do conhecimento que o indivíduo tem da sua pertença a uma categoria social e do significado emocional e avaliativo associado a essa pertença.

### VALOR POSITIVO DISTINTIVO DO ENDOGRUPO

O favoritismo em relação ao endogrupo é a tendência para atribuir um valor mais positivo às características e comportamentos do endogrupo quando comparados com os de outros grupos (Tajfel e Turner, 1979, 1986). Tajfel, Flament, Billig e Bundy (1971) estudaram o papel da categorização na diferenciação e discriminação intergrupos, através do paradigma de *grupos mínimos*. A situação de *grupos mínimos* caracteriza-se pela ausência de conhecimento interpessoal entre os membros do grupo, pela ausência de características que permitam definir os seus membros, pela ausência de conflitos de interesses, ou de antagonismos e, ainda, pela inexistência de estereótipos como base de distinção entre o endogrupo e o exogrupo.

O procedimento geral deste estudo comportou duas fases. Na primeira fase os sujeitos foram divididos em dois grupos em função de critérios triviais (e.g., grupo Klee ou grupo Kandinsky em função de preferências estéticas, ou estimação de pontos). Contudo, esta distribuição dos sujeitos pelos dois grupos foi aleatória. Na segunda fase, os autores apresentaram a experiência como um estudo sobre os processos de tomada de decisão. Foi então dito aos sujeitos qual era o seu grupo de pertença, e que deviam proceder à repartição de um valor (os sujeitos possuíam uma matriz de números que representavam um valor em dinheiro) entre um membro do endogrupo designado por um número, e um membro do exogrupo, também designado por um número, nunca atribuindo directamente qualquer valor a si mesmos. A única informação saliente foi a categorização dos receptores de pontos e dos próprios sujeitos. Os resultados mostraram que os sujeitos atribuíram mais pontos e avaliaram mais favoravelmente os membros do endogrupo do que os membros do exogrupo. Este resultado indica que os sujeitos procuraram

introduzir um significado na situação experimental, através da identificação positiva com o grupo de pertença.

A teoria da identidade social prevê que a discriminação intergrupo deriva do desejo dos sujeitos alcançarem uma identidade social positiva. De acordo com esta teoria, só é possível os grupos sociais avaliarem-se positivamente através de comparações sociais entre os endogrupo e o exogrupo (Tajfel e Turner, 1986). Para tal, os indivíduos devem percepcionar o endogrupo como relevante, e as comparações intergrupo devem ser feitas em dimensões que favoreçam o endogrupo (Hogg e Abrams, 1988). O endogrupo adquire uma distintividade positiva quando se diferencia do exogrupo em dimensões de valor positivo (Abrams e Hogg, 1990), e deste modo adquire uma identidade social positiva comparativamente com o exogrupo (Hogg e Abrams, 1988).

A diferenciação intergrupo tem consequências para o indivíduo. Ou seja, os indivíduos estão motivados a favorecer avaliativamente o endogrupo, pelo facto de desejarem uma auto-estima positiva (Hogg e Abrams, 1990), o que contribui para o seu auto-conceito positivo (Tajfel e Turner, 1986). As comparações com o exogrupo devem ser também percepcionadas pelos indivíduos como relevantes. Alguns factores que podem determinar a comparação intergrupar são a semelhança, a proximidade e a saliência situacional (Tajfel e Turner, 1986).

Compreende-se, assim, que a distintividade positiva intergrupo é uma estratégia cognitivo-motivacional que permite às pessoas estabelecerem uma identidade social positiva.

### **ESTRATÉGIAS DE PRESERVAÇÃO DE UMA IDENTIDADE SOCIAL POSITIVA**

Quando a identidade do social do indivíduo, em termos de grupo de pertença, não é satisfatória, este procura desenvolver estratégias específicas no sentido de procurar uma identidade social positiva. Assim, face à ameaça de uma identidade social negativa, os indivíduos irão tentar abandonar o seu grupo, através de estratégias de mobilidade social, de criatividade social ou de competição social (cf. Tajfel e Turner, 1986).

A mobilidade social envolve uma estratégia individual (cf. Tajfel e Turner, 1986). Os indivíduos face a um grupo negativo podem desidentificar-se com o mesmo, criando uma distância psicológica entre si próprios e o grupo; ou então dissociar-se do grupo, pelo seu afastamento físico. A mobilidade social reflecte a possibilidade da permeabilidade das fronteiras entre os grupos (Hogg e Abrams, 1988). Assim, os indivíduos podem sair de um grupo negativo, e

procurarem outro. Contudo, a situação actual do grupo "abandonado" permanece inalterada (Tajfel e Turner, 1986).

A estratégia de criatividade social envolve esforços do grupo para melhorar a sua avaliação na sociedade. Tajfel e Turner (1986) salientam que os grupos podem utilizar três tipos de estratégias de criatividade social face a uma identidade negativa numa dimensão: 1) podem realçar outras dimensões alternativas, nas quais o seu grupo é superior; 2) podem aceitar as características que os definem enquanto categoria social, mudando, entretanto, o seu sistema de valores, de modo a rejeitarem as características negativas, e a alcançarem uma identidade social positiva, através de características distintivas positivas (um exemplo típico é a expressão "black is beautiful", a qual denota uma reavaliação positiva de uma característica que era tida com conotações negativas); e 3) podem estabelecer comparações entre grupos de menor estatuto, ou grupos subordinados, em vez de estabelecerem comparações com grupos dominantes.

A estratégia de competição social reflecte-se na motivação que os indivíduos têm de favorecer o seu grupo, em detrimento do grupo dos outros, avaliando mais positivamente os seus produtos, e julgando-o moralmente superior. Assim, face a um exogrupo, os membros do grupo podem querer realçar a sua distintividade positiva, no sentido de melhorarem a sua posição relativa, o seu estatuto e poder.

#### **AUTO-CATEGORIZAÇÃO E FORMAÇÃO PSICOLÓGICA DE GRUPOS SOCIAIS**

A teoria da auto-categorização (Turner et al., 1987), tem como ponto de partida a teoria da identidade social. A teoria da auto-categorização tenta explicar os processos cognitivos subjacentes à identificação social, e que levam as pessoas a identificarem-se com o endogrupo e a diferenciarem-se do exogrupo (Hogg e McGarty, 1990). No âmbito desta teoria, um grupo consiste "num conjunto de indivíduos que partilham características cognitivas ou psicológicas que os distinguem de outros indivíduos, especificamente uma categorização social deles próprios" (Oakes e Turner, 1990; p.113). A formação do grupo é explicada em termos da estrutura e do funcionamento do auto-conceito (Oakes e Turner, 1990; Turner, 1987; Turner e Oakes, 1986).

O auto-conceito social é definido por Turner e Oakes (1986, p.241) como "um sistema de representações cognitivas do eu baseado em comparações com outras pessoas relevantes para a interacção social". A auto-categorização é feita a diferentes níveis de abstracção, constituindo um sistema hierárquico de classificação (cf. Oakes et al., 1994; Oakes e Turner, 1990; Turner et al., 1987). Este sistema hierárquico apresenta algumas analogias com os sistemas de categorias naturais (e.g. Rosch, 1978), e

também algumas distinções. A teoria da auto-categorização distingue três níveis de abstracção no auto-conceito social: um nível supraordenado, baseado na comparação entre a dimensão humana e outras dimensões de seres vivos (por ex.: entre espécies), e que define a identidade do humano; um nível intermédio, baseado na comparação entre membros do próprio grupo e membros de outro grupo, e que define a identidade social; o nível subordinado, baseado na comparação entre o próprio indivíduo e os outros membros do seu grupo, e que define a identidade pessoal (cf. quadro 1).

Em qualquer nível saliente de auto-categorização manifesta-se a tendência para o indivíduo alcançar uma distintividade positiva (Turner et al., 1987). Essa distintividade pode, assim, ser alcançada quer entre o indivíduo e os outros membros do endogrupo (nível subordinado), quer entre o endogrupo e o exogrupo (nível intermédio) (Mass e Scaller, 1991).

**Quadro 1** - Paralelismo entre os níveis de abstracção das categorias naturais e os níveis de abstracção do auto-conceito social (adaptado de Rosch (1978) e de Turner, et al. (1987))

NÍVEL DE ABSTRACÇÃO	CATEGORIAS NATURAIS (Rosch, 1978)	AUTO-CONCEITO SOCIAL (Turner, et al. 1987)
Nível superordenado	Nível inclusivo e abstracto	Nível da identidade humana - baseado na diferenciação entre a espécie humana, em contraste com outras formas de vida.
Nível intermédio	Nível mais informativo	Nível da identidade social - baseado na diferenciação entre grupos de pessoas (classe social, raça, nacionalidade, ocupação, idade, etc.).
Nível subordinado	Nível inclusivo e concreto	Nível da identidade pessoal - baseado nas diferenças entre o próprio como indivíduo único e outros membros do endogrupo que definem alguém como uma pessoa específica.

### METACONTRASTE, PROTÓTIPO E CONTEXTO SOCIAL COMPARATIVO

De acordo com a teoria, as categorias são formadas através do *princípio de metacontraste*. O metacontraste permite determinar a razão entre a média das diferenças entre categorias e a média das diferenças intra-categorias, num contexto comparativo. Quando as primeiras diferenças são maiores do que as últimas, as pessoas organizam as suas percepções em termos de categorias contrastantes. Estas categorias são representadas pelas posições que, simultaneamente, são mais semelhantes a todas as instâncias da mesma categoria, e mais diferentes das instâncias da categoria oposta. Estas posições

óptimas tornam-se protótipos do grupo (Hogg e McGarty, 1990; Turner et al, 1987).

O protótipo<sup>1</sup>, segundo a teoria da auto-categorização, é uma representação cognitiva de características que permitem definir uma categoria social (Hogg, 1992). Estas características do grupo estão relacionadas com as normas, estereótipos e atitudes do grupo. Os protótipos podem ser membros exemplares (i.e. membros do grupo que melhor "encarnam" o grupo) ou tipos ideais (i.e. uma abstracção das características do grupo) (Hogg, 1993). O indivíduo mais prototípico é, por isso, aquele que melhor exemplifica as normas que são partilhadas pelos membros do seu grupo, e que não são partilhadas pelos membros do exogrupo. Para Turner et al. (1987) o protótipo não depende de uma estrutura do "mundo real" (e.g. Rosch, 1978), mas sim do contexto social.

No contexto da teoria da auto-categorização a saliência de uma categoria é perspectivada como uma função da interacção entre a acessibilidade e a adequação da categoria com a realidade (definida em termos da natureza e da posição relativa dos grupos) (Oakes e Turner, 1990). A acessibilidade é definida pela facilidade com que um estímulo é codificado ou identificado em termos de uma categoria. Quanto mais acessível for a categoria, menos estímulos serão necessários para activar uma categorização, maior será a quantidade de estímulos característicos que são percebidos como congruentes com a categoria e, menos acessíveis se tomarão outras categorias (Oakes, 1987; Oakes e Turner, 1990; Turner, 1987).

A adequação é definida pelo grau em que as semelhanças e as diferenças entre as pessoas e as suas acções são percebidas como correlacionadas com a categoria social (cf. Turner, 1987). Dois processos diferentes da adequação da categorização social são a adequação comparativa e a adequação normativa (Haslam et al., 1995; Oakes, 1987; Oakes e Turner, 1990). A adequação comparativa é definida pelo princípio do metacontraste entre o endogrupo e o exogrupo (Haslam et al., 1995; Oakes e Turner, 1990). De acordo com este princípio, um conjunto de estímulos tem maior probabilidade de ser categorizado como uma entidade, na medida em que as diferenças intra-classe desses estímulos são menores do que as diferenças inter-classe entre esse conjunto de estímulos e outro (Haslam et al., 1995).

---

<sup>1</sup> Haslam et al. (1995) definem protótipo como a instância (real ou hipotética) que é a mais representativa num determinado contexto. Estes autores referem que esta conceptualização é diferente de outras, nomeadamente a de Posner e Keele (1968; cit. in Haslam et al., 1995) para os quais o protótipo é a tendência central de uma série de objectos; a de Smith e Medin (1981; cit. in Haslam et al. 1995) para os quais o protótipo constitui uma série representativa de exemplares de uma categoria; ou para Cantor e Mischel (1979; cit. in Haslam et al. 1995) para os quais o protótipo é uma amostra de particularidades abstractas associadas com a categoria.

A adequação normativa é definida pelo conteúdo estereotípico de uma categoria num grupo de pessoas que o representam. Refere-se à concordância entre as expectativas estereotípicas e as normas estereotípicas que definem uma categoria (Oakes e Turner, 1990).

Num estudo conduzido por Oakes e Turner (1988, experiência 2; cit. *in* Oakes e Turner, 1990), os autores manipularam ortogonalmente os dois aspectos da adequação, a adequação normativa e a adequação comparativa. Nesse estudo, estudantes de ciências assistiram a um vídeo, em que tríades de estudantes de artes ou de ciências discutiam sobre a importância da universidade na sua vida social (posição estereotípica de estudantes de artes) ou no trabalho académico (posição estereotípica de estudantes de ciências). Em três condições de acordo (consenso vs. desviante vs. conflito) foi manipulada a adequação comparativa entre a categorização social ('artes' vs. 'ciências') e o comportamento observado no grupo estímulo. Na condição 'consenso', havia um total acordo entre os grupos estímulo. Na condição 'conflito', os três estudantes de 'artes' adoptavam uma posição e os três estudantes de 'ciências' adoptavam a posição oposta. Na condição 'desvio', um estudante de 'artes' discordava dos outros cinco estudantes (que apresentavam acordo entre si). A adequação normativa foi manipulada pela variável consistência/inconsistência. Na condição 'consistência', o estímulo indivíduo alvo (estudante de artes que discordava dos outros sujeitos na condição 'desvio') favorecia a posição estereotípica dos estudantes de 'artes'. Na condição 'inconsistência' o estímulo indivíduo alvo argumentava em favor da posição estereotípica dos estudantes de 'ciências'. Os sujeitos deveriam avaliar o indivíduo-alvo e o grupo como um todo em várias medidas.

Os autores encontraram a adequação da categorização 'artes' vs. 'ciências' mais saliente na condição consistência/conflito (correspondendo à posição estereotípica dos estudantes de artes que discordavam dos estudantes de ciências), o que revelou a dependência da categorização social do contexto e a sua adequação ao contexto comparativo e normativo. A atitude do indivíduo-alvo (estudante de 'artes') foi mais explicada em termos da sua categoria social na condição consistência/conflito, tendo sido categorizada como mais semelhante aos seus congéneres, e mais diferente dos estudantes de ciências. Verificaram, também, que os sujeitos esperavam gostar mais dos estudantes de artes e menos dos estudantes de ciências.

Este resultado indica que os julgamentos dos sujeitos, num contexto grupal, foram mais influenciados pelas normas do grupo, do que pelas qualidades dos indivíduos isoladamente. De acordo com a teoria da auto-categorização, o indivíduo é percebido como mais ou menos prototípico de uma categoria em função do contexto social. Assim, a representação cognitiva de uma

categoria não é determinada por propriedades da pessoa considerada isoladamente, mas antes por propriedades flexíveis e significativas num dado contexto social (Haslam et al., 1995). Neste contexto, a construção das categorias sociais faz-se através de um processo dinâmico e flexível num dado contexto comparativo.

Num estudo que decorreu durante o conflito do Golfo Pérsico (1990-1991), Haslam, Turner, Oakes, McGarty e Hayes (1992), investigaram em que medida os estereótipos sociais dos americanos variavam em função do grupo de referência dos sujeitos ou em relação a mudanças ocorridas ao longo do tempo. O estudo decorreu em duas fases, no momento em que o conflito se iniciou e no fim do mesmo. No referido estudo, os autores utilizaram uma lista de adjectivos semelhante à de Katz e Braly<sup>2</sup>, e pediram a estudantes australianos para caracterizar os americanos e também pessoas de outros países: a) Austrália e Inglaterra; b) Austrália, Inglaterra e União Soviética; c) Austrália, Inglaterra, União Soviética e Iraque. Os resultados mostraram que os estereótipos dos americanos foram, na generalidade, negativos. Ao longo do tempo, os americanos foram caracterizados como arrogantes e menos honestos e em comparação com os iraquianos menos ambiciosos e mais tradicionalistas.

Este estudo indica que o conteúdo do estereótipo é flexível e que pode ser representado diferentemente em função do contexto de comparação, embora a conotação de valor (e.g. estereótipo dos americanos foram geralmente negativos) possa permanecer inalterada.

---

<sup>2</sup> Nos estudos efectuados por Katz e Braly (1933, cit. in Oakes et al, 1994) foram usados grupos nacionais como estímulos, e os seus resultados reflectiram as percepções das pessoas acerca desses grupos sociais. Os autores construíram uma lista com 84 traços de personalidade (adjective check list) e pediram a estudantes Universitários para seleccionarem os cinco traços mais característicos de 10 grupos étnicos: italianos, negros, chineses, japoneses, alemães, irlandeses, judeus, turcos, americanos e ingleses. Os resultados mostraram que os estudantes possuíam crenças consensuais acerca dos traços de personalidade característicos de cada um dos grupos. Este consenso era mais forte para os grupos com os quais os sujeitos dificilmente haviam tido alguma experiência pessoal. Este estudo indica a existência de crenças consensuais nos traços característicos dos membros de diferentes grupos étnicos, em função das suas pertenças grupais. Estudos posteriores que utilizaram a técnica da lista de adjectivos de Katz e Braly (e.g. Gilbert, 1951, cit. in Hamilton e Sherman, 1994; Karlins, Coffman e Walters, 1969, cit. in Hamilton e Sherman, 1994), levaram os investigadores a centrar a sua atenção no estudo do conteúdo dos estereótipos relativos a diferentes grupos sociais (Ashmore e Del Boca, 1981; Hamilton e Sherman, 1994). Estas investigações, que decorreram durante um período de cerca de 35 anos, evidenciaram a existência de estabilidade dos estereótipos para alguns grupos étnicos (Negros), enquanto que, para outros grupos (Japoneses), os estereótipos revelaram ser susceptíveis de mudança (Hamilton e Sherman, 1994). Esta mudança seria essencialmente determinada por alterações no contexto sócio-histórico (idem).

## CONCLUSÃO

280

De acordo com a teoria da identidade social, o facto das pessoas reconhecerem que pertencem a um grupo tem consequências emocionais e de valor. Um princípio básico desta teoria, que é formalizado em termos do princípio de metacontraste na teoria da auto-categorização, é que o significado das categorias sociais só pode ser alcançado comparativamente. As comparações que os indivíduos fazem entre endogrupo e exogrupo ocorre em dimensões de valor (Tajfel, 1982). Os indivíduos tendem a atribuir um valor mais positivo ao seu grupo quando comparados com outros grupos relevantes, i. e. tendem a um favoritismo do endogrupo. Dois processos que explicam o favoritismo do endogrupo são a identidade social e a comparação social. Ao fazerem julgamentos de grupo, os sujeitos tendem a um enviesamento no endogrupo, como um meio dos indivíduos gerarem uma distintividade positiva do seu próprio grupo.

De acordo com a teoria da auto-categorização os julgamentos dos sujeitos sobre os grupos sociais variam em função do contexto social comparativo. A saliência de categorias contrastantes nos contextos de julgamento é muitas vezes associada a uma auto-inclusão do indivíduo numa dessas categorias. Ou seja, os indivíduos nas suas percepções e julgamentos realçam as diferenças existentes entre o endogrupo e exogrupo e as semelhanças entre o próprio indivíduo e o endogrupo, num contexto comparativo, definindo com clareza a sua identidade social. Para a teoria da auto-categorização, a representação cognitiva de uma categoria é feita em termos de um protótipo (cf. Turner et al. 1987). Os protótipos do grupo estão dependentes do contexto. As normas e as expectativas estereotípicas definem o conteúdo específico dessas categorias e estão dependentes do contexto comparativo. Isto é, as categorias formadas numa dada situação de julgamento são aquelas que optimizam o significado da situação para o sujeito (Oakes e Turner, 1990; Turner, 1987).

## BIBLIOGRAFIA

- ABRAMS, D. & HOGG, M. A. Comments on the motivation status of self-esteem in social identity and intergroup discrimination. *European Journal of Social Psychology*, **18**, (1988), 317-334.
- ABRAMS, D. & HOGG, M. A. Social identification, self-categorization and social influence. *European Review of Social Psychology*, **1**, (1990), 195-228.
- HAMILTON D.L., SHERMAN J.W. Stereotypes. In *Handbook of Social Cognition*, Vol. 2 Applications (ed.) R. S. Wyer Jr. TK Srull, pp. 1-68. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1994.
- HASLAM, S. A. & TURNER, J. C. Context-dependent variation in social stereotyping 3: Extremism as a self-categorical basic for polarized judgment. *European Journal of Social Psychology*, **25**, (1995), p. 341-371.
- HASLAM, S. A., OAKES, P. J., MCGARTY, C., TURNER, J. C. e ONORATO, R. S. Contextual changes in the prototypicality of extreme and moderates outgroup members. *European Journal of Social Psychology*, **25**, (1995), 509-530.
- HASLAM, S. A., OAKES, P. J., TURNER, J. C., & MCGARTY, C. Social categorization and group homogeneity: Changes in the perceived applicability of stereotype content as a function of comparative context and trait favorableness. *British Journal of Social Psychology*, **34**, (1995), 139-60.
- HASLAM, S. A., TURNER, J. C., OAKES, P. J., MCGARTY, C., e HAYES, B. K.. Context-dependent variation in social stereotyping 1: The effects of intergroup relations as mediated by social change and frame of reference. *European Journal of Social Psychology*, **22**, (1992), p. 3-20.
- HASLAM, S.A., & TURNER, J. C. Context-dependent variation in social stereotyping 2: The relationship between frame of reference, self-categorization and accentuation. *European Journal of Social Psychology*, **22**, (1992), p. 251-227.
- HOGG, M. A. & ABRAMS, D. *Social Identifications: A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes*. London: Routledge, 1988.
- HOGG, M. A. Group Cohesiveness: A Critical Review and some New Directions. *European Review of Social Psychology*, **4**, (1993), p. 85-11.
- HOGG, M. A. *The Social Psychology of Group Cohesiveness: From Attraction to Social Identity*. London: Harvester Wheatsheaf, and New York: New York University Press, 1992.
- HOGG, M. A., & MCGARTY, C. Self-categorization and social identity. In D. ABRAMS & M. A. HOGG (Eds.), *Social Identity Theory: Constructive and Critical Advances* (pp. 10-27). London: Harvester Wheatsheaf, and New York: Springer-Verlag, 1990.
- KATZ, D., & BRALY, K. Racial stereotypes in one hundred college students. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, **28**, (1933), 280-90.
- LOUSÃ, Eva. P. F. *Factores cognitivos e factores motivacionais nos julgamentos de homogeneidade do grupo - Análise do papel dos valores e da identificação social nos julgamentos de homogeneidade do grupo*. Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação. Universidade do Porto, 1999 (tese de mestrado).
- MASS, A. & SCHALLER, M. Intergroup biases and cognitive dynamics of stereotype formation. In W. STROEBE & M. HEWSTONE (eds.). *European Review os Social Psychology*. New York: John Wiley & Sons, vol. 2 (1991) pp. 189-209.
- OAKES, P. J. and TURNER, J. C. Is limited information processing capacity the cause of social stereotyping? In: STROEBE, W. and HEWSTONE, M. (Eds.). *European Review of Social Psychology*, Vol. 1, Wiley, Chichester, U.K., 1990.
- OAKES, P. J. The salience of social categories. In: TURNER, J. C., HOGG, M. A., OAKES, P. J., REICHER, S. D. and WETHERELL, M. S. (Eds.) *Rediscovering the Social Group: A Self-Categorization Theory*, Blackwell, Oxford, 1987.

- OAKES, P. J., HASLAM, S. A., & TURNER, J. C. *Stereotyping and Social Reality*. Oxford: Blackwell, 1994.
- OAKES, P. J., TURNER, J. C. and HASLAM, S. A. Perceiving people as group members: The role of fit in the salience of social categorizations. *British Journal of Social Psychology*, **30**, (1991), 125-144.
- ROSCH, E. H. Principles of categorization. In E. Rosch & B. B. Lloyd (Eds.). *Cognition and categorization* (pp. 27-48). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1978.
- SMITH, E. R. & MACKIE, D. M. *Social Psychology*. New York: Worth Publishers, 1995.
- TAJFEL, H. *Grupos humanos e categorias sociais* (Vol. 1 e 2). Lisboa. Livros Horizonte, 1982
- TAJFEL, H. Social psychology of intergroup relations. *Annual Review of Psychology*, **33**, (1982a), 1-39.
- TAJFEL, H. & FORGAS, J. Social categorization: Cognitions, values and groups. In J. FORGAS (ed.), *Social cognition: Perspectives on everyday understanding*, London, Academic, 1981.
- TAJFEL, H. & TURNER, J. C. An integrative theory of intergroup relations. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The psychology of intergroup relations* (pp. 33-47). Monterey, CA: Brooks. Cole, 1979.
- TAJFEL, H. Cognitive aspects of prejudice. *Journal of Social Issues*, **25**, (1969), 79-97.
- TAJFEL, H., & TURNER, J. C. The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of Intergroup Relations* (pp. 7-24). Chicago: Nelson-Hall, 1986.
- TAJFEL, H., et al. Social categorization and intergroup behavior. *European Journal of social psychology*. **1** (1971) 149-178.
- TURNER, J. C. Social comparison and social identity: Some prospects for intergroup behavior. *European Journal of Social Psychology*, **5**, (1975), 5-34.
- TURNER, J. C. *Social Influence*. Milton Keynes: Open University press, 1991.
- TURNER, J. C., HOGG, M. A., OAKES, P. J., REICHER, S. D. & WETHERELL, M. *Rediscovering the Social Group: A Self-categorization Theory*. Oxford/New York: Blackwell, 1987.