

I

ANÁLISE DOS RESULTADOS NUM TESTE DE ASSOCIAÇÃO DE PALAVRAS: ESTEREÓTIPOS E CONOTAÇÕES

1. A ADMINISTRAÇÃO DO TESTE

A fim de serem estudados os estereótipos sociais espontaneamente partilhados pelos membros de um grupo, relativos a certas profissões, países ou nomes próprios, aplicou-se um teste de associação de palavras a uma amostra de indivíduos.

Um estereótipo é «a ideia que temos de...», a imagem que surge espontaneamente quando se trata de... É a representação de um objecto (coisas, pessoas, ideias) mais ou menos desligada da sua realidade objectiva, partilhada pelos membros de um grupo social com uma certa estabilidade. Corresponde a uma medida de economia na percepção da realidade, visto que uma composição semântica preexistente, geralmente muito concreta e imagética, organizada em redor de alguns elementos simbólicos simples, substitui ou orienta imediatamente a informação objectiva ou a percepção real. Estrutura cognitiva e não inata (submetida à influência do meio cultural, da experiência pessoal, de instâncias e de influências privilegiadas como as comunicações de massa), o estereótipo, no entanto, mergulha as suas raízes no afectivo e no emocional, porque está ligado ao preconceito por ele racionalizado, justificado ou engendrado.

O teste por associação de palavras, o mais antigo dos testes projectivos, permite, em psicologia clínica, ajudar a localizar as zonas de bloqueamento e de recalramento de um indivíduo. Este teste é aqui utilizado para fazer surgir espontaneamente associações relativas às palavras exploradas ao nível dos estereótipos que engendram. A

aplicação do teste é simples. Pede-se aos sujeitos que associem, livre e rapidamente, a partir da audição das *palavras indutoras* (estímulos), outras palavras (respostas) ou *palavras induzidas*.

Exemplos de palavras indutoras, entre outras igualmente utilizadas:

Fotógrafo	Genoveva
Contabilista	Carlos
Manequim	Maria
Psicólogo..., etc., da lista de profissões	Alexandre..., etc., da lista dos nomes próprios.
Chinês	
Bretão	
Inglês, etc.,	
Loreno..., da lista dos países e províncias.	

2. PROPOSTAS DE ANÁLISE

Para cada palavra indutora e para cada sujeito, obtém-se uma, duas, três ou quatro palavras induzidas, numa pequena ficha, que são substantivos, adjectivos, expressões e nomes próprios. Uma vez reunida a lista das palavras suscitadas por cada palavra indutora (ou as fichas divididas em pilhas, segundo o estímulo respectivo), sendo este o primeiro trabalho de classificação, encontramos-nos em confronto com um conjunto heterogéneo de unidades semânticas. Face a esta desordem, torna-se necessário introduzir uma ordem. Mas qual a ordem a introduzir, e segundo que critérios? Para que a informação seja acessível e manejável, é preciso tratá-la, de modo a chegarmos a representações condensadas (análise descritiva do conteúdo) e explicativas (análise do conteúdo, veiculando informações suplementares adequadas ao objectivo a que nos propusémos: neste caso, elucidar certos estereótipos).

Antes de qualquer agrupamento por classificação (divisão das unidades significativas em categorias, rubricas ou classes), começamos por reunir e descontar as palavras idênticas, sinónimas ou próximas a nível semântico. Vejam-se, por exemplo, após este último procedimento, as listas seguintes, relativas às etnias chinesa e americana (2).

(2) Dão-se propositadamente resultados de uma amostra restrita (30 sujeitos) e homogénea, por comodidade de apresentação detalhada.

AMERICANO	Frequência de ocorrência	CHINÊS	Frequência de ocorrência
Cabelos louros	(8)	Pequeno	(10)
Grande, grandioso, grandeza, imenso	(10)	Povo	(6)
Edifício	(11)	Livro vermelho	(4)
Califórnia	(4)	Oriente	(1)
Atlético	(2)	Olhos rasgados	(8)
G Ford	(3)	Multidão, 800 milhões, muitos	(16)
Violência	(3)	Muro, muralha, muralha	
Pastilha elástica	(12)	da China	(7)
Nova Iorque	(9)	Trança	(4)
Relaxação, displicência, descontração	(4)	Sabedoria, serenidade, meditação, reflexão	(9)
<i>Cow-boy</i> , cavalo, espora, <i>rodeo</i>	(9)	Arroz	(15)
Capitalismo	(5)	Amarelo	(5)
Ingenuidade	(2)	Comunismo	(7)
Dólares, dinheiro, «massa»	(8)	Ideograma	(1)
Charuto	(6)	Uniforme	(3)
<i>Blue-jeans</i>	(4)	Revolução	(7)
Coca-cola	(9)	Cozinha, restaurante	(11)
Automóvel, carro, viatura	(11)	Mao	(23)
Arranha-céus	(4)	Mistério, secreto	(2)
etc.		Confúcio	(5)
		etc.	

Esta primeira análise estabelecida por aproximações semânticas ligeiras («*cow-boy*, cavalo, espora, *rodeo*», ou «sabedoria, serenidade, meditação, reflexão»), mas não desprovidas de critérios de agrupamento (o cavalo, a sabedoria meditativa), permite representar a informação de maneira condensada: por exemplo, através de um diagrama em barras por ordem decrescente de frequência, ou ainda por um alvo de «constelações de atributos» conforme quadro anexo.