

3. PRINCIPAIS METODOLOGIAS

Decorrentes das implicações pedagógicas referenciadas no capítulo anterior, a propósito das grandes teorias no âmbito da educação em atitudes e valores, abordam-se, de seguida, algumas das principais metodologias.

3.1. A PERSUASÃO

Associada à socialização encontra-se a comunicação persuasiva.

Miller e Burgoon (1973, cit. por ESCÁMEZ e ORTEGA, 1988) distinguem a persuasão da simples comunicação, pelo seu carácter necessariamente intencional face a uma certa ameaça presente na conduta alheia e pela importância do autoconceito do emissor-persuasor. Igualmente se pode distinguir persuasão de influência social, pois a primeira implica maior intencionalidade que a segunda. Ou seja, podemos influenciar uma pessoa sem que essa seja a nossa intenção, o mesmo não se passando com a persuasão.

A persuasão afigura-se pertinente, na medida em que, pretendendo alterar o marco cognitivo do sujeito (receptor) - suas crenças, opiniões, etc. -, abre caminho para uma nova predisposição (atitude), o que terá grandes possibilidades de se reflectir em novos comportamentos (fig. 10).

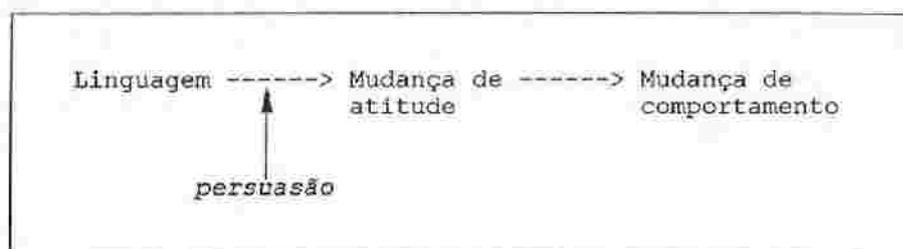


Fig. 10 - Da persuasão à mudança de comportamento (adaptado de MONTEIL, 1989: 128)

Para que a comunicação seja eficazmente persuasiva ter-se-á de atender a diversos factores e, principalmente, à sua interacção. Normalmente distinguem-se interferências provenientes da fonte (características físicas, credibilidade, número de fontes, ...), da mensagem e sua estrutura (quantidade e qualidade de argumentos, modo de os sequencializar, clareza de conclusões, ...), do receptor (tipo de informação que possui, atributos de personalidade, ...) e do canal utilizado.

3.2. TÉCNICAS DE MODELAÇÃO

Ainda na perspectiva da adaptação heterónoma, Pelechano (1980, cit. por ESCÁMEZ e ORTEGA, 1988: 77 ss) apresenta uma tipologia em que as diversas técnicas de modelação se repartem por três grupos (quadro 15):