



APARÊNCIA FACIAL E PRIMEIRAS IMPRESSÕES NUM CONTEXTO INTERPESSOAL

Isabel M. Santos
Universidade de Aveiro
Andrew W. Young
Universidade de York
Carlos F. Silva
Universidade de Aveiro

RESUMO

A face humana transmite uma vasta quantidade de importantes sinais sociais. Muita dessa informação pode ser interpretada com elevado grau de exactidão, tal como o sexo, idade, identidade, expressão, etc. Existe ainda uma forte tendência para efectuar julgamentos sociais e de personalidade baseados quase exclusivamente na aparência facial. Subjacentes a estas inferências poderão estar estereótipos baseados em características como beleza, maturidade das feições, etc. Apesar da reduzida validade externa destas inferências, a aparência facial determina grande parte das primeiras impressões numa relação interpessoal, e pode ter um forte impacto em diversas situações sociais. O presente trabalho pretendeu, primeiro, avaliar o grau de consistência dos julgamentos sociais de faces não familiares por parte de juízes independentes, e, segundo, investigar com base numa situação experimental até que ponto é possível ignorar uma primeira impressão baseada na aparência facial. Uma amostra de 500 estímulos faciais foi avaliada por alunos universitários em várias características, tais como idade, masculinidade/feminilidade, atractividade, acessibilidade, inteligência e confiabilidade. Os resultados revelaram um elevado índice de consistência entre os vários juízes, para todas as características. A segunda parte do estudo indicou que as impressões iniciais formadas com base exclusivamente na aparência facial são robustas e não são fáceis de ignorar numa situação que requer a memorização de etiquetas verbais incongruentes com a impressão formada. Estes estudos sugerem que as primeiras impressões acerca de outros indivíduos são altamente influenciadas pela sua aparência facial, e alertam para a necessidade de estar consciente destes processos nos mais variados contextos de relacionamento interpessoal.

Palavras-chave: aparência facial; primeiras impressões; percepção social.



ABSTRACT

The human face transmits a vast number of important social signals. Many of those signals can be interpreted with a high degree of certainty, such as sex, age, identity, expression, etc. There is also a strong tendency to make personality and social judgements based almost exclusively on facial appearance. Underlying these inferences there might be stereotypes based on characteristics such as attractiveness, babyfacedness, etc. Despite the reduced external validity of these inferences, facial appearance determines a large number of the first impressions in an interpersonal relationship, and may have a strong impact in many social situations. The present work aimed to assess the level of consistency of social judgements of unfamiliar faces by independent raters and experimentally investigate to which extent it is possible to ignore a first impression based on facial appearance. University students judged a sample of 500 facial stimuli in several characteristics, such as age, masculinity/femininity, attractiveness, approachability, intelligence and trustworthiness. Results showed a high level of inter-rater agreement, for all characteristics. The second part of the study suggested that first impressions based exclusively on facial appearance are robust and not easily ignored in a situation that requires memory for verbal labels that are incongruent with the impression formed. These studies suggest that first impressions about other individuals are considerably influenced by their facial appearance, and alert to the need of being aware of these processes in various interpersonal contexts.

Keywords: facial appearance; first impressions; social perception.

INTRODUÇÃO

A face humana é um mediador essencial nas relações e comunicação interpessoal, uma vez que revela uma vasta quantidade de informação sobre a pessoa. A extracção e interpretação dessa informação requerem processos perceptivos e cognitivos complexos, que são no entanto efectuados normalmente sem esforço consciente, e na maioria das pessoas com elevado grau de eficiência. Por exemplo, ao olharmos para uma cara, é possível dizermos se a pessoa é jovem ou idosa, se se trata de um homem ou de uma mulher, se a pessoa parece estar alegre ou triste, e mesmo qual parece ser a reacção do nosso interlocutor à nossa presença. Por todas estas razões, a face é um veículo de informação fundamental para muitos aspectos diferentes da interacção social.

Alguma da informação que a face humana transmite acerca da pessoa pode ser detectada e interpretada com uma exactidão considerável (tal como a idade, o sexo, a identidade, a expressão emocional, etc.). No entanto, a face transmite muitos mais sinais sociais e as pessoas fazem frequentemente juízos sociais e inferências sobre a personalidade dos outros, baseados quase exclusivamente na sua aparência facial. A tendência para julgar a personalidade a partir da aparência facial é bastante comum e, durante séculos, as pessoas acreditaram que o carácter se revela na cara. A Fisionomia ou "leitura de caras" era muito popular no início do século XIX como meio de identificação das qualidades e diferenças pessoais, e a face era encarada como um guia para o carácter (Collins, 1999; Liggett, 1974). Apesar do amplo debate em torno da validade externa das inferências sociais baseadas na aparência facial, essas crenças permanecem ainda hoje sob a forma do que podem ser considerados estereótipos faciais (Alley, 1988).

Na literatura, a situação em que uma pessoa efectua julgamentos sobre uma outra pessoa desconhecida com a qual não teve ainda oportunidade de interagir é normalmente designada por "conhecimento zero" (i.e., zero acquaintance, cf. Albright, Kenny, & Malloy, 1988). O paradigma de



PSICOLOGÍA Y RELACIONES INTERPERSONALES

conhecimento zero envolve normalmente a apresentação de pequenos vídeos (conhecidos como *thin slices*), a observação de breves interações ou uma situação em que se está na presença de uma pessoa desconhecida, mas com a qual não se interage. O observador deve então emitir um julgamento relativo a determinadas características sociais e de personalidade. O grau de exactidão dos julgamentos efectuados com conhecimento zero é normalmente avaliado pela sua convergência com julgamentos efectuados por amigos ou conhecidos da pessoa em causa, com medidas de personalidade, com auto-avaliações, etc. (para uma revisão e perspectiva teórica, ver Zebrowitz & Collins, 1997). Estudos recorrendo a este paradigma são abundantes e sugerem que parece existir algum grau de validade em determinados julgamentos (Ambady & Rosenthal, 1992; Levesque & Kenny, 1993), particularmente na avaliação do traço de personalidade extroversão dos cinco factores Big Five (Kenny, Albright, Malloy, & Kashy, 1994).

Outros estudos baseiam-se na percepção de características sociais com base exclusivamente na informação facial. Demonstração empírica da existência de estereótipos faciais tem sido também encontrada e vários estudos mostram consenso em julgamentos de vários traços de personalidade, inteligência, intenções, e até mesmo opiniões políticas baseadas exclusivamente na aparência facial (Cook, 1939; Hochberg & Galper, 1974; Mason, 1957; Shepherd, 1989; Zebrowitz, 1998; Zebrowitz, Hall, Murphy, & Rhodes, 2002). Alguns estudos sugerem que estes estereótipos podem ser formados através de mecanismos inconscientes de aprendizagem e aplicados de forma automática, devido à simples ocorrência de correlações ilusórias e a mecanismos de detecção inconsciente de covariações (Lewicki, 1986). Estes mecanismos contribuem para a aplicação e continuidade dos estereótipos sem que as pessoas tenham consciência dos processos que as levam a efectuar determinados julgamentos. Assim, por exemplo, foi demonstrado que a informação sobre personalidade que é transmitida através da face é capaz de influenciar a interpretação de informação verbal ambígua sobre uma pessoa (Hassin & Trope, 2000). Estes dados alertam para a necessidade de estar consciente da possível influência dos estereótipos faciais em vários contextos de relacionamento interpessoal. Os estudos desenvolvidos neste trabalho pretenderam, por um lado, avaliar o grau de consenso dos julgamentos sociais com base na aparência facial numa população universitária e, por outro, demonstrar que os estereótipos faciais não podem ser facilmente ignorados e afectam automaticamente o processamento de informação.

ESTUDO 1

O primeiro estudo teve por objectivo avaliar o grau de consenso em diferentes julgamentos sociais de faces não familiares por parte de juizes independentes.

MÉTODO

Participantes

Neste estudo participaram doze estudantes da Universidade de York, em Inglaterra, sendo metade do sexo masculino, com idades compreendidas entre os 18 e os 30 anos. Os participantes receberam uma compensação monetária pela sua colaboração.



Materiais

Os estímulos utilizados foram 500 fotografias de caras, metade do sexo masculino, cobrindo um leque variado de idades, posturas e expressões faciais. As imagens foram recolhidas em diversos sites na internet, com o objectivo de criar uma base de dados de caras que fosse representativa da variedade que encontramos correntemente no quotidiano, e que incluíssem diferentes iluminações, posturas, etc. Todas as fotografias eram de pessoas não famosas e as imagens incluíam o mínimo possível de fundo e vestuário. Todas as imagens foram ajustadas para terem a mesma altura (150 pixels; aproximadamente 5 cm quando apresentadas no écran), enquanto a largura podia variar.

Procedimentos

Era pedido aos participantes que avaliassem todas as caras em várias características sociais. Estas avaliações foram feitas em duas ocasiões diferentes, com uma escala tipo Likert de 7 pontos, sendo que 1 correspondia a uma avaliação baixa nessa característica e 7 correspondia a uma avaliação alta. Todas as caras foram avaliadas por seis juizes independentes em seis características: idade, masculinidade/feminilidade, atractividade, acessibilidade, inteligência e confiabilidade. Um subconjunto de 100 caras aleatoriamente seleccionadas foram novamente avaliadas por um segundo grupo de 6 juizes em 4 destas características: idade, atractividade, inteligência e confiabilidade. Estes traços foram escolhidos para cobrir um leque de características que são usualmente inferidas com base na aparência facial e que podem ter implicações importantes em vários contextos interpessoais.

As avaliações das caras em cada característica foram feitas em sessões diferentes, de forma a evitar o mais possível a influência da avaliação de uma característica nas outras. Para evitar efeitos de ordem, as caras eram apresentadas em ordem aleatória em cada sessão, e a ordem em que os vários traços eram avaliados também variava entre participantes. As fotografias eram apresentadas no centro de um écran de computador com o software SuperLab Pro. A escala de avaliação referente a cada característica era também apresentada no écran, por baixo da cara. A cara e a escala permaneciam no écran até que o participante desse uma resposta, pressionando uma das teclas de 1 a 7. Os participantes eram informados de que tinham tanto tempo quanto desejassem para tomar uma decisão, mas eram encorajados a dar uma resposta que reflectisse a sua primeira impressão. Quando uma tecla era pressionada, a cara e a respectiva escala eram apagadas do écran, e decorria um intervalo de 750 ms até que aparecesse um novo estímulo. Para cada traço, havia uma sequência inicial de 20 fotografias, que servia de prática, seguida de 2 blocos de 250 caras cada, um com as caras masculinas, outro com as caras femininas. A ordem de apresentação dos dois blocos era variada para cada traço entre os vários participantes, e para um mesmo participante, a ordem também era alternada entre as várias sessões. O mesmo procedimento foi utilizado no segundo momento de avaliação do conjunto de 100 caras aleatoriamente seleccionadas.

Resultados

O principal objectivo deste estudo foi confirmar o elevado grau de consenso entre as avaliações dos vários juizes para as diversas características. Para o efeito, foi calculado o coeficiente alfa de Cronbach a partir das avaliações independentes das 500 fotografias por parte dos vários juizes. Os coeficientes obtidos foram razoavelmente elevados para todas as características e perto dos valores encontrados em outros estudos (Cunningham, 1986; Zebrowitz et al., 2002; Zebrowitz, Voinescu, &



PSICOLOGÍA Y RELACIONES INTERPERSONALES

Collins, 1996): .96 para idade, .81 para masculinidade/feminilidade, .89 para atratividade, .79 para acessibilidade, .75 para inteligência e .72 para confiabilidade. Estes resultados indicam que as avaliações dos vários juízes foram consistentes. Para além disso, as correlações entre as avaliações de juízes do sexo masculino e do sexo feminino para cada traço foram também altamente significativas ($p < .001$), variando entre .54 e .93.

Índices de consistência foram ainda calculados para caras masculinas e femininas separadamente. Os alfas de Cronbach variaram entre .68 e .95 para as caras femininas (média de .81) e entre .72 e .97 para as caras masculinas (média de .81). Testes *t* não revelaram diferenças significativas entre as avaliações de caras masculinas e femininas ($p = .83$), nem entre os índices de consistência relativos às caras masculinas e femininas ($p = .95$).

Para cada estímulo, a avaliação de cada juiz foi ainda correlacionada com a avaliação média de todos os juízes para o mesmo estímulo. Todas as correlações foram significativas ao nível .001. A médias das correlações entre as avaliações de cada juiz e a avaliação média final para cada estímulo foi de .93 para idade, .73 para masculinidade/feminilidade, .81 para atratividade, .71 para acessibilidade, .67 para inteligência e .65 para confiabilidade. Este padrão de resultados indica que existe um grau de consenso significativo nas avaliações de cada cara, e que nenhum dos juízes se desviou significativamente da avaliação média final para as várias caras.

Como medida adicional do grau de consenso e da replicabilidade das avaliações entre grupos de juízes diferentes, foram calculadas correlações entre as avaliações obtidas em cada um dos momentos para o conjunto de 100 caras que foram testadas duas vezes. Assim, as correlações foram de .92 para idade, .89 para atratividade, .78 para inteligência e .82 para confiabilidade. Mais uma vez, estes resultados atestam o elevado grau de consenso entre os vários juízes.

ESTUDO 2

O segundo estudo pretendeu investigar, com base numa situação experimental, até que ponto é possível ignorar uma primeira impressão baseada na aparência facial. Em particular, investigou-se a potencial interferência da activação de estereótipos sociais na aprendizagem de etiquetas verbais congruentes e incongruentes associadas a caras masculinas e femininas. Era esperado que os tempos de reacção para recordar etiquetas verbais incongruentes com a aparência facial fossem mais longos do que para recordar etiquetas verbais congruentes, devido à activação automática dos estereótipos faciais.

MÉTODO

Participantes

Vinte e quatro estudantes da Universidade de York, em Inglaterra, com idades compreendidas entre os 18 e os 23 anos participaram neste estudo, tendo recebido compensação monetária pela sua participação ou como preenchimento de requisitos do curso.



Materiais

Sessenta fotografias foram seleccionadas da base de dados descrita no estudo 1, com base nas avaliações anteriormente obtidas. Assim, seleccionaram-se 20 caras para cada uma das características de atratividade, inteligência e confiabilidade, sendo 10 caras que obtiveram uma avaliação baixa e 10 caras que obtiveram uma avaliação alta na respectiva característica. Para cada conjunto, metade das caras eram do sexo masculino e outra metade do sexo feminino. As caras foram seleccionadas de acordo com a sua alta ou baixa classificação na característica para a qual estavam a ser seleccionadas e foram emparelhadas para todas as outras, para que os dois conjuntos relativos a cada dimensão tivessem as mesmas características para todos os traços, excepto para aquele que estava a ser manipulado.

Procedimento

O desenho experimental era baseado num paradigma de aprendizagem, e estava dividido em seis partes (blocos de 10 caras), duas para cada característica. Em cada parte, havia uma fase de aprendizagem e uma fase de teste. Na fase de aprendizagem, os participantes tinham que aprender a associar às caras etiquetas verbais congruentes e incongruentes com a aparência facial. Utilizando o software SuperLab Pro as caras eram apresentadas em sequência, com a etiqueta verbal por baixo, num écran de computador, durante 5000 ms, e com um intervalo entre estímulos de 750 ms. Em metade dos ensaios as etiquetas eram congruentes com a aparência facial (de acordo com as avaliações prévias) e na outra metade as etiquetas eram incongruentes. Os emparelhamentos entre caras e etiquetas e a ordem dos blocos para as várias características foram contrabalançados entre os vários participantes.

Na fase de teste de cada uma das seis partes, os participantes tinham que recordar as etiquetas verbais que tinham aprendido, e responder o mais rápido e correcto que conseguissem, pressionando uma de duas teclas numa caixa de respostas. Cada cara era apresentada 4 vezes, aleatoriamente, de modo que havia um total de 40 ensaios em cada fase de teste. As caras permaneciam no écran até que uma resposta fosse registada, ou até que decorressem 5000 ms. Feedback automático aparecia no écran logo depois de ter sido dada a resposta, informando os participantes se a resposta estava correcta ou incorrecta. As respostas e os tempos de reacção eram registados pelo computador.

Resultados

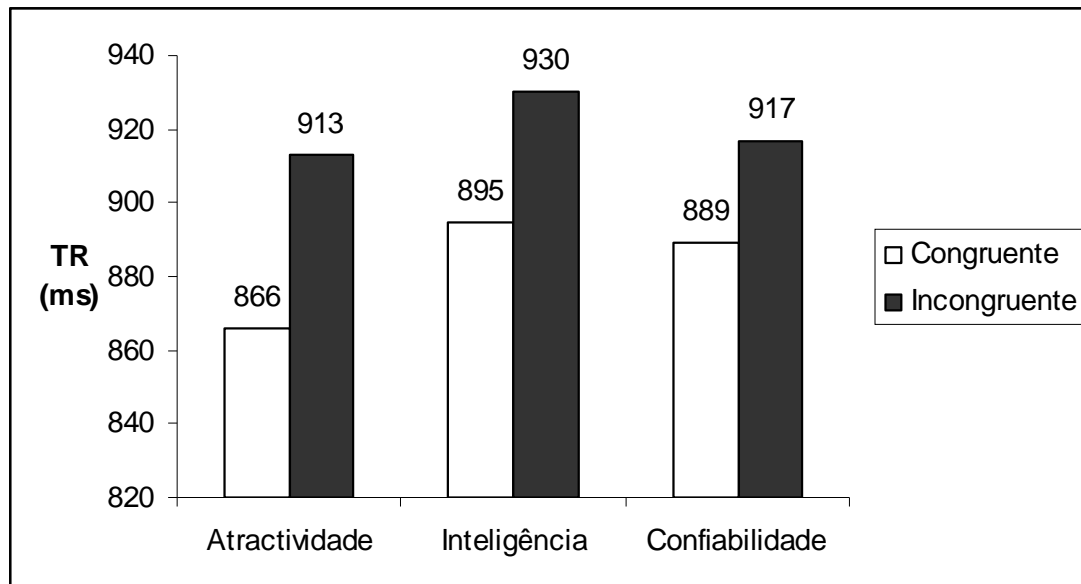
O principal foco de interesse deste estudo foi a análise dos tempos de reacção (TR) nas condições congruente e incongruente para cada característica. Os ensaios em que ocorreram respostas erradas foram excluídos e analisados separadamente. Essas análises não revelaram quaisquer efeitos significativos, não havendo diferenças entre as várias condições. A Figura 1 mostra os TR nas várias condições experimentais.

Uma análise de variância 3x2 (Traço x Congruência) foi efectuada aos TR, com medidas repetidas nos dois factores. Esta análise revelou um efeito principal de congruência, $F(1,23) = 7.72$, $p < .02$, indicando que os TR foram de uma maneira geral significativamente mais curtos na condição congruente (média = 883 ms, SD = 202) do que na condição incongruente (média = 920 ms, SD = 235), para todas as características. Este resultado é corroborado pela ausência de interacção entre os dois factores, $F < 1.0$. O efeito principal de traço também não foi significativo, $F < 1.0$.



PSICOLOGÍA Y RELACIONES INTERPERSONALES

Figura 1: Tempos de reacção médios para as condições experimentais atractividade, inteligência e confiabilidade, nos ensaios congruentes e incongruentes.



Estes resultados são consistentes com estudos prévios que indicam que a informação congruente com um estereótipo é mais fácil de recordar. Tendo em consideração os TR mais curtos nos ensaios congruentes, os resultados sugerem que houve uma activação automática do estereótipo facial, para todos os traços sociais, que facilitou o recordar das etiquetas verbais previamente aprendidas quando estas eram congruentes com a aparência facial.

DISCUSSÃO

O primeiro estudo põe em evidência que as impressões sociais formadas com base na aparência facial mostram elevado grau de consenso entre diferentes observadores de uma população universitária, estando de acordo com estudos anteriores. Este consenso deve-se provavelmente à existência de estereótipos que afectam os julgamentos e as primeiras impressões de forma automática. Este aspecto é directamente apoiado pelo segundo estudo, no que diz respeito às características de atractividade, inteligência e confiabilidade, onde o recordar de informação incongruente com a aparência facial foi significativamente mais demorado que o recordar de informação congruente. A associação automática de determinadas características faciais às etiquetas verbais que deveriam ser aprendidas parece ter facilitado a detecção e representação de informação congruente com a aparência facial (Macrae, Stangor, & Milne, 1994). Este estudo não só demonstrou que os estereótipos faciais parecem ser automaticamente activados na presença de um estímulo, mas também que eles influenciam a representação em memória de informação associada com o estereótipo. Para mais facilmente aprender a associar etiquetas verbais arbitrarias a determinadas caras, alguma da informação extraída das caras deveria ser ignorada (no caso dos ensaios incongruentes). Foi no entanto demonstrado que essa informação não pode ser facilmente ignorada.



Uma vez mais, estes estudos sugerem, de uma perspectiva experimental, que as primeiras impressões acerca de outros indivíduos podem ser altamente influenciadas pela sua aparência facial, e alertam para a necessidade de estar consciente destes processos nos mais variados contextos de relacionamento interpessoal. O facto de que as pessoas possuem e aplicam estereótipos faciais de uma forma consistente, quer estas inferências sejam válidas ou não, pode ser particularmente importante em contextos onde as opiniões assim formadas, e consequentemente nem sempre fundamentadas, podem ter um peso decisivo nos resultados dessa situação. Por exemplo, evidência empírica demonstra que um desfiguramento facial tem um impacto negativo marcado na percepção das qualidades pessoais e da aptidão profissional num contexto simulado de recrutamento. Apesar de uma deficiência física já reduzir significativamente as hipóteses de ser seleccionado, possuir um desfiguramento facial teve um impacto significativamente mais negativo (Stevenage & McKay, 1999). Um outro estudo, simulando um julgamento em tribunal, mostrou que um réu com feições mais imaturas ("cara de bebé") era mais vezes considerado culpado de um crime por conduta negligente, enquanto um réu com feições mais maduras era mais frequentemente considerado culpado de um crime por conduta envolvendo comportamento criminoso intencional. Para além disso, eram também recomendadas penas mais leves para os réus com "cara de bebé" do que para os réus com feições maduras (Berry & Zebrowitz-McArthur, 1988). Um estudo recente proporcionou ainda evidência de que inferências rápidas (após exposições de menos de 1 segundo) e não reflectidas, baseadas exclusivamente na aparência facial, sobre a competência dos candidatos a uma eleição podem ter uma influência significativa nas escolhas de voto, que normalmente se pensa serem baseadas maioritariamente em considerações racionais e deliberadas (Todorov, Mandisidza, Goren, & Hall, 2005).

De uma maneira geral, todos estes estudos indicam que uma melhor compreensão dos processos subjacentes à aplicação dos estereótipos faciais e a consciência de que a aparência dos outros pode ter um elevado impacto na forma como os encaramos é de extrema importância.

REFERÊNCIAS

- Albright, L., Kenny, D. A., & Malloy, T. E. (1988). Consensus in personality judgments at zero acquaintance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55(3), 387-395.
- Alley, T. R. (1988). Physiognomy and social perception. In T. R. Alley (Ed.), *Social and applied aspects of perceiving faces* (pp. 167-186). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ambady, N., & Rosenthal, R. (1992). Thin slices of expressive behavior as predictors of interpersonal consequences: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 111(2), 256-274.
- Berry, D. S., & Zebrowitz-McArthur, L. (1988). What's in a face? Facial maturity and the attribution of legal responsibility. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 14(1), 23-33.
- Collins, A. F. (1999). The enduring appeal of physiognomy: Physical appearance as a sign of temperament, character, and intelligence. *History of Psychology*, 2(4), 251-276.
- Cook, S. W. (1939). The judgement of intelligence from photographs. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 34, 384-389.
- Cunningham, M. R. (1986). Measuring the physical in physical attractiveness: Quasi-experiments on the sociobiology of female facial beauty. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(5), 925-935.
- Hassin, R., & Trope, Y. (2000). Facing faces: Studies on the cognitive aspects of physiognomy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(5), 837-852.



PSICOLOGÍA Y RELACIONES INTERPERSONALES

- Hochberg, J., & Galper, R. E. (1974). Attribution of intention as a function of physiognomy. *Memory and Cognition*, 2(1-A), 39-42.
- Kenny, D. A., Albright, L., Malloy, T. E., & Kashy, D. A. (1994). Consensus in interpersonal perception: Acquaintance and the big five. *Psychological Bulletin*, 116(2), 245-258.
- Levesque, M. J., & Kenny, D. A. (1993). Accuracy of behavioral predictions at zero acquaintance: A social relations analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65(6), 1178-1187.
- Lewicki, P. (1986). Processing information about covariations that cannot be articulated. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 12(1), 135-146.
- Liggett, J. (1974). *The human face*. London: Constable & Company Limited.
- Macrae, C. N., Stangor, C., & Milne, A. B. (1994). Activating social stereotypes: A functional analysis. *Journal of Experimental Social Psychology*, 30(4), 370-389.
- Mason, D. J. (1957). Judgements of leadership based upon physiognomic cues. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 54, 273-274.
- Shepherd, J. (1989). The face and social attribution. In A. W. Young & H. D. Ellis (Eds.), *Handbook of research on face processing* (pp. 289-320). North-Holland: Elsevier Science Publishers.
- Stevenage, S. V., & McKay, Y. (1999). Model applicants: The effect of facial appearance on recruitment decisions. *British Journal of Psychology*, 90(2), 221-234.
- Todorov, A., Mandisidza, A. N., Goren, A., & Hall, C. C. (2005). Inferences of competence from faces predict election outcomes. *Science*, 308, 1623-1626.
- Zebrowitz, L., & Collins, M. (1997). Accurate social perception at zero acquaintance: The affordances of a Gibsonian approach. *Personality and Social Psychology Review*, 1(3), 204-223.
- Zebrowitz, L. A. (1998). *Reading faces: Window to the soul?* United Kingdom: Westview Press.
- Zebrowitz, L. A., Hall, J. A., Murphy, N. A., & Rhodes, G. (2002). Looking smart and looking good: Facial cues to intelligence and their origins. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(2), 238-249.
- Zebrowitz, L. A., Voinescu, L., & Collins, M. A. (1996). "Wide-eyed" and "crooked-faced": Determinants of perceived and real honesty across the life span. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22(12), 1258-1269.

Fecha de recepción 1 Marzo 2008
Fecha de admisión 12 Marzo 2008





O ROSTO PÓS MODERNO NA LINGUAGEM DO DESEJO

Maria de Fátima Lapa Esteves
Escola Superior de Saúde de Setúbal

RESUMO

O estudo de carácter exploratório, pretende abordar a representação simbólica do Divino, qual o "rosto" que os participantes concebem face aos desejos experimentados na sua vida (entrada da filha na faculdade, bilhete premiado,...) considerando que o desejo é fundamental ao psiquismo humano. Uma pessoa enquanto ser humano experimenta-se sempre como sujeito desejante. O desejo é o motor de todas as actividades humanas. Os participantes foram analisados a partir de um estudo diferencial ou comparativo, oriundos de seis diferentes circunstâncias de vida: Cristianismo, Budismo, Ateísmo, Agnosticismo, Esquizofrenia e Sem Abrigo. A recolha de dados realizou-se em local próprio de cada participante, onde se procedeu a uma entrevista com guião e gravada com consentimento informado. Os resultados foram objecto de análise de conteúdo, à luz de pensadores que reflectiram de várias formas o desejo, como Freud, Lacan, Kristeva, Irigaray, Deleuze e outros. O que se esperou e encontrou é que qualquer que seja a circunstância de vida, o Divino existe enquanto desejo, sendo a causa do devir humano.

Palavras-chave: Desejo e Divino.

ABSTRACT

The nature of this exploratory study, intended to address the symbolic representation of the Divine; which is the "face" conceived by the participants in relation to the experienced wishes in their life (entry of her daughter in university, ticket awarded, etc) considering that the wish is the key to the human psyche. A person while human being experiences itself always as a wishing entity. The desire is the engine of all human activities. The participants were examined from a differential or comparative study, from six different circumstances of life: Christianity, Buddhism, Atheism, Agnosticism, Schizophrenia and Homeless. The data collection was performed in each participant environment, where the interviews took place through a script and recorded with informed consent. Results were subject of content analysis, based in thinkers that reflected the desire in many ways as Freud, Lacan,