

VALORES, ESTEREOTIPIAS E ATITUDES EM EMPRESA DE MÉDIO PORTE. Laurie Cristine Tavares. (Mestrado de Psicologia Social e Personalidade, Instituto de Psicologia, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul).

O presente trabalho faz parte do projeto "Estudo dos Processos de Grupo", orientado pela Dra. Juracy Marques. Os estereótipos e as atitudes, em relação a valores compõem a base de situações sociais, dentre as quais a atividade do trabalho. Valor é um sistema polarizado de preferências da pessoa numa hierarquia de desejos, necessidades e qualidades almejadas do comportamento. Segundo RODRIGUES (1988), o estereótipo está baseado em atribuições e categorizações uniformes que temos de certas pessoas e/ou grupos, discrepante das características reais. Atitude é definida por "uma organização duradoura de crenças e cognições em geral, dotada de carga afetiva, pró ou contra um objeto social definido, que predispõe a uma ação coerente com as cognições e afetos relativos a este objeto" (RODRIGUES, 1988, p.359). No intuito de verificar estes conceitos em funcionários de empresa de médio porte em relação ao discurso dos líderes e à coesão grupal, elaborou-se um questionário (roteiro de entrevista). O instrumento consta de 6 questões abertas e será aplicado individualmente em 15 funcionários, do sexo masculino, do quadro de chefias médias da empresa, que apresentam idades variáveis entre 35 e 40 anos e escolaridade, em média, de 2º grau completo. A análise e interpretação de resultados será realizada conforme abordagem fenomenológica. (CNPq)