



Departamento de Psicologia Social e das Organizações

A Influência dos Valores no Psycap: Análise de Uma Organização
Sem Fins Lucrativos

Ana Rita Pereira Gomes

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Psicologia Social e das Organizações

Orientador:
Prof. Doutor Jorge Gomes, Professor Auxiliar,
ISCTE-IUL

Junho, 2009

Dissertação de Mestrado realizada sob a orientação do Prof. Doutor Jorge Gomes, apresentada no Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa para obtenção de grau de Mestre na especialidade de Psicologia Social e das Organizações.

Agradecimentos

A dissertação encerra um percurso, de cerca de um ano, de aprendizagem e crescimento pessoal e académico. A sua realização requereu um esforço pessoal, contudo há contributos de natureza diversa que não podem nem devem deixar de ser realçados nesta fase final. Por essa razão, desejo assinalar aqui o meu agradecimento a todos quantos participaram neste processo, dando orientação e apoio:

Ao Professor Doutor Jorge Gomes, meu orientador, pelo constante incentivo, e pela forma construtiva que orientou esta dissertação. Agradeço a preciosa ajuda que foi prestando ao longo de todo este percurso, mostrando sempre disponibilidade e afabilidade nos contactos estabelecidos.

Ao meu namorado, pela valiosíssima ajuda na fase inicial da recolha da amostra com o preenchimento dos questionários, e ao longo de toda esta etapa, pela compreensão da necessidade de dedicar tempo à leitura de textos, análise de dados, em detrimento de algum tempo juntos. Agradeço o incondicional apoio sempre presente.

Aos meus amigos que de alguma forma me foram ajudando ao longo deste ano, em especial às minhas amigas Tânia e Dora na revisão geral do texto. Às minhas amigas e camaradas, Carina e Margarida, pelo seu contributo na análise inicial do instrumento, quanto à sua forma e conteúdo. Ao meu chefe, Eduardo Baptista, pela compreensão e disponibilidade concedida. Agradeço a cooperação de todos aquando do pedido de apoio.

Ao Filipe, presidente da organização onde apliquei os questionários, pela ajuda e disponibilidade prestada quando solicitada, e a todos os seus membros que prontamente aceitaram responder ao questionário.

A todos os que, de alguma forma, contribuíram para a realização deste trabalho o meu profundo agradecimento.

Resumo

O Comportamento Organizacional Positivo (COP), tendo como suporte base os ideais da Psicologia Positiva, agrupou as características psicológicas positivas mensuráveis dando origem ao conceito de Capital Psicológico Positivo – Psycap. Com o decorrer dos tempos tornou-se relevante aprofundar quais seriam os aspectos que o influenciam. Nesse sentido, os Valores podem ser importantes influências, pois têm sido vistos como determinantes importantes do comportamento humano. Com esta investigação pretendeu-se saber se determinados Valores estão na base da manifestação dos atributos e dos comportamentos psicológicos positivos podendo, simultaneamente, contribuir para um enriquecimento das próprias temáticas. Participaram 110 indivíduos, sócios de uma organização sem fins lucrativos, os quais responderam, colectivamente na parte final de uma reunião, ao instrumento, composto pelo Questionário de Valores de Schwartz e o Questionário do Capital Psicológico Positivo (Psycap). Ao longo da dissertação foi apresentada uma revisão de literatura da corrente da Psicologia Positiva, seguindo-se o conceito de Comportamento Organizacional Positivo (COP) e as temáticas centrais, os Valores e o Psycap. O tratamento estatístico dos dados recolhidos, através do SPSS versão 15.0, permitiu o estudo das qualidades métricas do instrumento, da estatística descritiva, e a testagem das hipóteses em estudo, através de correlações de Pearson e regressões múltiplas. Os resultados mostram que todas as hipóteses se confirmaram. Conclui-se portanto que a auto-transcendência está positivamente correlacionada com a esperança e com a resiliência, e que a abertura à mudança está positivamente correlacionada com o optimismo e com a auto-eficácia. Todavia o universalismo parece ser predictor da esperança, resiliência e optimismo, e a autonomia preditora da esperança, resiliência e auto-eficácia.

Palavras-chave: Valores; Psycap; Organização Sem Fins Lucrativos.

Abstract

The Positive Organizational Behavior (POB), based on the ideas of Positive Psychology, has put together the measurable positive psychological characteristics, creating the concept of Positive Psychological Capital- Psycap. As time went by it became necessary to learn which aspects influenced it. In that sense, Values can be important influences as they have been held to be important factors of human behavior. With this investigation we intend on determining which Values are at the base of the manifestation of attributes and the positive psychological behavior that can simultaneously contribute to the enrichment of the theme itself. 110 individuals participated, members of a non-lucrative organization, that answered collectively at the end of a meeting, to the instrument, formed by the Schwartz Questionnaire of Values and the Positive Psychological Capital Questionnaire- Psycap. Throughout the thesis a revision of the current Positive Psychology literature was revised, followed by the concept of the Positive Organizational Behavior (POB), the central themes, values and the Psycap. The treatment of the data, through the programme SPSS version 15.0, allowed the study of the metric qualities of the instrument, of the descriptive statistics, and the application of the hypostasis of the study, through the correlation of Pearson and multiple regressions. The results show that every hypothesis has proven to be correct. It can be concluded that auto-transcendence is positively related with hope and resilience, and that being open to changes is positively related with optimism and self-efficacy. The universalism seems to be the predictor of hope, resilience and optimism, and the auto- determination predator of hope, resilience and self-efficacy.

Key words: Values, Psycap, Non-lucrative Organization.

Índice

Agradecimentos	I
Resumo	II
Abstract	III
Lista de Quadros	8
Lista de Figuras	8
Lista de Anexos	9
1. Introdução	11
2. Psicologia Positiva e Comportamento Organizacional Positivo	14
2.1.O Conceito de Psicologia Positiva	14
2.2.Comportamento Organizacional Positivo (COP)	16
2.2.1. Capital Psicológico Positivo (Psycap)	18
Esperança	19
Resiliência	21
Optimismo	22
Auto-eficácia / Confiança	24
3. Valores	27
3.1. Definição do Conceito de Valor	27
3.2. Modelo dos Valores Contrastantes de Quinn e Colaboradores	31
3.3. Concepção de Valores de Rokeach	33
3.4. Teoria Holística dos Valores de Base de Brown	34
3.5. Concepção de Valores de Schwartz	35
4. Objectivos do Estudo	42
5. Método	45
5.1. Amostra	45
5.2. Delineamento	45
5.3. Instrumento	46
5.4. Procedimento	48
6. Resultados	50
6.1 Qualidades Métricas	50

6.1.1	Análise das Qualidades Métricas do Instrumento (Pré-Teste)	50
6.1.2	Análise das Qualidades Métricas do Psycap	52
6.1.3	Análise das Qualidades Métricas dos Valores de Schwartz	56
6.2	Análise da Estatística Descritiva	59
6.3	Análise Correlacional	60
6.4	Análise de Regressão	64
6.4.1	Impacto dos Valores na Dimensão Esperança	64
6.4.2	Impacto dos Valores na Dimensão Resiliência	66
6.4.3	Impacto dos Valores na Dimensão Optimismo	67
6.4.4	Impacto dos Valores na Dimensão Auto-eficácia	68
7.	Discussão e Conclusão	70
8.	Referências	76
	Anexos	85

Lista de Quadros

<i>Quadro 1.</i> Definição conceptual do Psycap	26
---	----

Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Modelo dos Valores Contrastantes de Quinn e colaboradores	31
<i>Figura 2.</i> Modelo teórico das relações entre os 10 tipos de Valores motivacionais	38

Lista de Anexos

<i>Anexo A.</i> Análise descritiva da amostra	86
<i>Anexo B.</i> Instrumento – Questionário de Valores de Schwartz e o Questionário do Capital Psicológico Positivo (Psycap)	88
<i>Anexo C.</i> Análise das qualidades métricas das escalas do Psycap	95
1 – Análise factorial da totalidade dos itens	95
2 - Análise factorial da totalidade dos itens (forçada a 4 factores)	97
3 - Análise factorial da escala esperança	98
4 - Análise factorial da escala optimismo	100
5 - Análise factorial da escala resiliência	102
6 - Análise factorial da escala auto-eficácia	105
<i>Anexo D.</i> Análise das qualidades métricas da escala de Valores de Schwartz	107
1 – Validade de constructo da escala de Valores de Schwartz	107
2 – Análise factorial da totalidade dos itens	112
3 - Análise factorial da totalidade dos itens (forçada a 4 factores)	117
4 - Análise factorial das 4 dimensões da Escala de Valores de Schwartz	119
<i>Anexo E</i> - Estatística descritiva	125
<i>Anexo F</i> – Correlações	126
1 - Correlações das escalas de Valores de Schwartz	126
2 – Correlações dos 10 Valores de Schwartz	127
3 - Correlações das escalas do Psycap	128
4 - Correlações entre as escalas de Valores do Schwartz e as escalas do Psycap	129
5 - Correlações entre os Valores de Schwartz e as escalas do Psycap	130
6 - Análise gráfica das correlações entre as escalas de Valores de Schwartz e as escalas do Psycap	131
7 - Correlação entre conservação e optimismo depois de eliminados os <i>outliers</i>	135
8 - Correlação entre conservação e auto-eficácia depois de eliminados os <i>outliers</i>	135
<i>Anexo G</i> – Regressões	136

1 – Impacto dos Valores na dimensão Esperança	136
1.1 Pressuposto da regressão: Normalidade de resíduos	137
1.2 Pressuposto da regressão: Homocedasticidade	139
1.3 Pressuposto da regressão: Multicolinearidade	139
1.4 Análise Stepwise	141
2 – Impacto dos Valores na dimensão Resiliência	142
2.1 Pressuposto da regressão: Normalidade de resíduos	143
2.2 Pressuposto da regressão: Homocedasticidade	145
2.3 Pressuposto da regressão: Multicolinearidade	146
2.4 Análise Stepwise	147
3 - Impacto dos Valores na dimensão Optimismo	148
3.1 Pressuposto da regressão: Normalidade de resíduos	149
3.2 Pressuposto da regressão: Homocedasticidade	152
3.3 Pressuposto da regressão: Multicolinearidade	153
3.4 Análise Stepwise	154
4 - Impacto dos Valores na dimensão Auto-eficácia	155
4.1 Pressuposto da regressão: Normalidade de resíduos	156
4.2 Pressuposto da regressão: Homocedasticidade	159
4.3 Pressuposto da regressão: Multicolinearidade	150
4.4 Análise Stepwise	161

1. Introdução

A psicologia como ciência tem um longo passado mas uma curta história (Allport, 1954; Farr, 1996, citado por Jorgensen & Nafstad, 2004), e tem como objecto de estudo o ser humano e o seu comportamento. Numa fase inicial surge cimentada em três objectivos fundamentais: reparar os problemas, prevenir a sua ocorrência e reforçar as forças e os aspectos positivos das pessoas (Luthans, 2002a). Martin Seligman tem sido um pioneiro a criticar esta visão acentuadamente negativa da psicologia, despertando para a necessidade de reestruturar uma nova psicologia dando maior ênfase ao lado positivo. Inicialmente a psicologia focava-se essencialmente nos défices humanos, nas fraquezas e nos aspectos negativos, contudo, e seguindo esta nova óptica da psicologia, surge uma nova corrente, conhecida por psicologia positiva, centrada no estudo das forças, das virtudes e dos aspectos mais positivos da vida, com vista ao desenvolvimento da auto-realização e do significado de vida das pessoas saudáveis e felizes (Seligman & Csikzentmihalyi, 2000; Jorgensen & Nafstad, 2004). Esta nova corrente tende a focar-se no melhor da condição humana e naquilo que faz a vida merecer ser vivida (Cameron, Dutton & Quinn, 2003; Csikszentmihalyi & Csikszentmihalyi, 2006). A psicologia positiva começa por estar presente no nosso quotidiano, num contexto menos formal e mais do senso comum, é o caso dos pais quando são questionados sobre o futuro dos seus filhos e o que eles mais desejam, as respostas circundam “espero que o meu filho seja feliz e saudável”, ou “quero que o meu filho tenha uma boa carreira profissional” (Peterson & Seligman, 2003). Todavia, enquanto área científica, estuda os aspectos que permitem a optimização do funcionamento humano, para tal, recorre às forças e aos aspectos positivos, em vez de se debruçar sobre as fraquezas. Desta forma há um contínuo crescimento do bem-estar evidenciando o que de melhor a vida oferece, em vez de tentar reparar o pior. Nesta corrente, o positivo é bom e o bem-estar é o resultado desejado (Linley & Joseph, 2004). A psicologia positiva engloba as experiências positivas (emoções positivas, felicidade, esperança, alegria), as características positivas individuais (carácter, forças e virtudes) e instituições positivas (organizações baseadas no potencial humano, quer sejam locais de trabalho, escolas, família) (Seligman, 2002; Seligman & Csikszentmihalyi, 2000; Snyder & Lopez, 2002; Peterson & Seligman, 2003; Wright, 2003).

A psicologia tem vindo a ser utilizada cada vez mais nas organizações na expectativa de clarificar o fenómeno do comportamento humano. Quando a psicologia positiva começou a ser aplicada no mundo das organizações deu origem ao chamado comportamento organizacional

positivo (COP), conceito criado por Fred Luthans (2002a). O COP estuda as capacidades psicológicas que têm influência no desempenho organizacional. Este relevo dado às capacidades implicadas no desempenho tendem a colocar o COP como um contributo importante para uma gestão cada vez mais eficaz no contexto organizacional. O COP advoga uma análise micro, onde os Valores de vida surgem na eventualidade de serem importantes intervenientes em todo este processo da psicologia positiva.

Mais tarde, Luthans & Youssef (2004) organizaram num único conceito, o Capital Psicológico Positivo ou Psycap, os quatro atributos psicológicos que consagram a psicologia positiva. Apesar de existirem outros constructos positivos tais como o bem-estar, inteligência emocional, coragem, espiritualidade, que poderiam eventualmente fazer parte do Psycap, a esperança, a resiliência, o optimismo e a auto-eficácia e são os constructos que melhor o definem. Estes constructos auxiliam o bem-estar contínuo, podendo este ser estimulado com as atitudes do dia-a-dia. Estas capacidades psicológicas têm impacto no desempenho organizacional (Luthans, 2002a; Luthans, Avolio, Walumba & Li, 2005; Luthans, Avey & Patera, 2008).

Os Valores têm sido alvo de estudo das ciências sociais e humanas tentando explicar os comportamentos individuais, as mudanças ocorridas na sociedade e até o próprio funcionamento das instituições. Quando pensamos nos nossos Valores, pensamos naquilo que é importante na nossa vida, e como podem determinar o tipo de comportamento social: atitudes e ideologias, avaliações, juízos morais e justificações, comparações do indivíduo com os outros, apresentações do indivíduo aos outros e tentativas de os influenciar (Rokeach, 1973, citado por Reis, 2002). Os Valores são construídos na vida familiar, na convivência humana, no trabalho, nas escolas, nas manifestações culturais, nos movimentos e organizações locais. Conhecê-los, compreendê-los e praticá-los é uma questão fundamental da sociedade actual. Neste sentido, o objectivo do presente estudo é saber se determinados Valores estão na base da manifestação dos atributos e dos comportamentos psicológicos positivos podendo, simultaneamente, contribuir para um enriquecimento das próprias temáticas. Para além do interesse pessoal, a escolha destas temáticas deve-se, particularmente, ao facto de poder conjugar uma temática fortemente enraizada na literatura, a temáticas dos Valores, e relacioná-la com uma outra temática ainda emergente no mundo da psicologia, o capital psicológico positivo (Psycap).

Seguidamente irá ser apresentada a revisão de literatura sobre as temáticas em estudo, começando por uma breve revisão da corrente da Psicologia Positiva, seguindo-se o conceito de

Comportamento Organizacional Positivo (COP). Posteriormente vão ser explanadas as duas temáticas centrais desta investigação, os Valores e o Psycap. Será igualmente delineado o método de aplicação do instrumento utilizado para a recolha de dados, para uma posterior análise dos mesmos, recorrendo ao programa SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). A discussão e conclusão dos resultados serão apresentadas no final.

2. Psicologia Positiva e Comportamento Organizacional Positivo

2.1. O Conceito de Psicologia Positiva

Antes da Segunda Guerra Mundial a psicologia tinha três missões: curar as doenças mentais, tornar mais feliz e mais produtiva a vida das pessoas e identificar e criar grandes talentos e gênios (Luthans, 2002b; Seligman, 2003; Seligman, 2005). No período pós guerra, as consequências ao nível das perturbações e distúrbios mentais arrastaram a psicologia para o mero tratamento de patologias tendo sido desenvolvida uma concepção do ser humano assente na doença mental e nas disfuncionalidades dos sistemas e organizações (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000). Foi sendo criado um enviesamento em relação ao que havia de negativo e ao menos bem sucedido da experiência humana, num horizonte que realçava a fragilidade e as limitações de pessoas e organizações (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000; Snyder & Lopez, 2002; Cameron et al., 2003).

A psicologia positiva começa a emergir na última década do século XX, com raízes na Psicologia Humanista, ambas defensoras das virtudes humanas, dos objectivos e atitudes pessoais (Jorgensen & Nafstad, 2004), e define-se como uma área de estudo científica própria, diversificada e multifacetada, que vai para além de uma abordagem centrada nos problemas e nas patologias, para se redireccionar, teórica e empiricamente, à construção de melhor qualidade de vida, quer no âmbito subjectivo, individual ou grupal (Seligman, 2002; Seligman, 2005; Seligman, 2006; Seligman & Csikszentmihalyi, 2000; Seligman, Steen, Park & Peterson, 2005; Csikszentmihalyi & Csikszentmihalyi, 2006). Este conceito nasceu quando Martin Seligman, considerado o pai da psicologia positiva, e na altura presidente da Associação Americana de Psicologia, fez os primeiros estudos sobre a felicidade. Este psicólogo defende a importância das pessoas levarem uma vida mais feliz e produtiva. O indivíduo foca-se no que tem de melhor, nos bons momentos ao invés de ocupar o seu pensamento com situações menos positivas. Contudo não deixa de ser relevante que falar nos problemas é importante numa perspectiva de encontrar soluções. É essencial que construamos o nosso caminho focando-nos nos sucessos, e tendo objectivos delineados. Experiências que induzam emoções positivas causam uma rápida dissipação das emoções negativas (Seligman, 2003). A psicologia positiva pretende que cada um consiga, a cada dia que passa, encontrar um sentido para a vida, criar perspectivas e valorizar sempre os acontecimentos da sua vida. Os momentos felizes poderão estar nas pequenas vitórias do dia-a-dia. O campo da psicologia centra-se na valorização do bem-estar, alegria e satisfação

(no passado); esperança e optimismo (no futuro); e felicidade (no presente) (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000). A psicologia positiva tem vindo a advogar que a interpretação, tendo como base uma atitude optimista, tem efeitos benéficos a nível psicológico e fisiológico, efeitos esses que potenciam a produtividade e a motivação individual. De acordo com esta escola de pensamento, as emoções positivas são fundamentais para auxiliar e melhorar o crescimento e desenvolvimento pessoal. Diante estes indícios, a ciência começa a conceber importância aos aspectos positivos (Luthans, 2002b; Cameron et al., 2003). Alguns autores começaram a direccionar as suas investigações para o que o ser humano tem de melhor, e como é possível desenvolver essas potencialidades. Desta forma temas como optimismo, esperança, felicidade, criatividade, começaram a ser alvo de artigos científicos. Esta transformação da psicologia evidencia a crescente preocupação em dar ênfase às forças e virtudes, e assegurar a cientificidade das publicações e intervenções neste domínio (Snyder & Lopez, 2002). Com o decorrer dos tempos esta corrente começa a conquistar o seu espaço como um ramo recente da psicologia que tende a compreender os processos subjacentes às qualidades e emoções positivas do ser humano. A sua ideologia vai no sentido oposto à psicologia clássica, que centra a sua acção na compreensão e tratamento de patologias. Esta nova ciência tenta construir uma visão do ser humano com ênfase em aspectos virtuosos, em que a psicologia não é apenas o estudo das doenças, das fraquezas e das perdas, é também o estudo da felicidade, das forças e das virtudes (Seligman, 2003; Seligman, 2005). Tratar “não é apenas arranjar o que está danificado; é também cuidar de algo ou alguém e fomentar o que temos de melhor” (Seligman 2003; Seligman & Csikszentmihalyi, 2000).

Apesar da crescente importância que tem vindo a ser dada à psicologia positiva, existem ainda autores que descredibilizam este novo movimento da psicologia, testemunhando alguma insignificância, afirmam mesmo que a “psicologia positiva é apenas psicologia” (Sheldon & King, 2001, citado por Linley & Joseph, 2004). Porém esta nova corrente pretende consolidar-se como uma disciplina científica e rigorosa, identificando intervenções que promovam o bem-estar e a qualidade de vida (Seligman, 2002; Seligman, 2005; Seligman, 2006; Seligman & Csikszentmihalyi, 2000; Seligman e tal., 2005; Csikszentmihalyi & Csikszentmihalyi, 2006).

Numa fase primária, a investigação da psicologia positiva incidia, essencialmente, no âmbito das experiências emocionais e nas características positivas individuais. Com o decorrer dos tempos, esta preocupação foi transferida para as organizações. Os aspectos positivos e

revitalizantes dos indivíduos têm repercussões no seu desenvolvimento e das organizações às quais pertencem (Luthans, 2002b; Wright, 2003; Cameron et al., 2003).

2.2 Comportamento Organizacional Positivo (COP)

O Comportamento Organizacional Positivo (COP) é a emergência de um novo foco na psicologia positiva na tentativa de desenvolver a gestão de recursos humanos nos locais de trabalho. Para Luthans (2002a) o principal objectivo do COP é enfatizar os aspectos positivos da natureza humana para que sejam aplicados tanto na sua vida pessoal como profissional, para tal é essencial redireccionar a atenção dos estudos empíricos para esta temática. Existe já uma clara preocupação em perceber, desenvolver e aplicar as características positivas ao mundo da gestão. Os gestores deverão ter como prioridade estimular as qualidades positivas das pessoas e ajudá-las a encontrar os aspectos que fomentem a auto-realização através da utilização dessas forças (Seligman & Csiksentmihalyi, 2000). No que concerne às organizações e ao comportamento dos seus empregados, a psicologia tem também, focalizado a sua atenção no tratamento de patologias, quebras de produção, absentismo, rotatividade, entre outras. No entanto, com a emergência da psicologia positiva começaram a ser introduzidos no ambiente de trabalho outros conceitos como o optimismo, habilidades individuais, virtudes, potencializando o que de melhor as pessoas têm. A abordagem positiva poderá ser utilizada para estimular uma forma construtiva de (re) pensar a gestão, promovendo o incentivo de virtudes, respeito pela dignidade humana, prezo pela excelência, pela busca da felicidade, promoção da cooperação e da confiança, aspectos que poderão alterar a conduta de indivíduos e organizações. Como consequência desejável, toda esta positividade poderá mesmo extravasar para o exterior, gerando impacto positivo, tanto na satisfação dos clientes como na própria comunidade envolvente. Desde a teoria de Aristóteles, via psicologia da Gestalt, até à psicologia positiva, a cultura, a complexidade e o funcionamento optimizado são conceitos centrais: organismos vivos estão orientados para o aumento da complexidade (Jorgensen & Nafstad, 2004).

O COP diferencia-se da psicologia positiva, que foca essencialmente características de tipo traço, apresentando grande estabilidade ao longo do tempo (Luthans & Avolio, 2003), enquanto as capacidades psicológicas positivas são definidas como estados e não traços, portanto, são maleáveis e susceptíveis de mudança (Luthans, Youssef & Avolio, 2007, citado por Palma, Cunha & Lopes, 2007). Todavia, na literatura os constructos do COP são considerados tanto como

estados como traços, mas importa realçar que todos eles podem ser desenvolvidos e geridos, através de programas de treino pré-definidos ou até mesmo pelo próprio indivíduo (Luthans, 2002b). Luthans e Youssef (2004) definiram que o sucesso do COP reflecte as consequências que o desenvolvimento das capacidades psicológicas induz no desempenho. Estas melhorias podem ser observadas, e.g. em termos do número de vendas, lucros, produtividade ou maior ou menor intenção de saída dos colaboradores.

A psicologia positiva está sustentada em duas correntes: Positive Organizational Scholarship - POS (Cameron et al., 2003) e Comportamento Organizacional Positivo - COP (Luthans et al., 2008). Enquanto o POS defende que os comportamentos resultam de traços mais estáveis e consistentes, como as virtudes positivas (Cameron et al., 2003), os autores do COP defendem que “as características do comportamento positivo devem ser vistas como uma consequência dos estados psicológicos positivos” (Luthans, 2002a; Luthans & Youssef, 2004). Por um lado, o POS foca-se nos estados e processos positivos que ocorrem associados ao contexto organizacional, para que possa ser mantida uma vantagem competitiva (Cameron et al., 2003). O desenvolvimento do POS pode ser um processo social. Esta corrente enfatiza as características positivas organizacionais que podem ajudar na eficácia em tempos de crise e de condições adversas (Luthans & Youssef, 2004). Por outro lado, COP é definido como o estudo e aplicação das capacidades e forças psicológicas, as quais podem ser medidas, desenvolvidas e eficazmente geridas para assim fomentarem o desempenho no trabalho (Luthans, 2002a; Luthans & Youssef, 2004; Luthans et al., 2008; Wright, 2003). Para Fred Luthans (Sommer, 2006) ser positivo e único, apoiar-se na teoria e na pesquisa, ter uma medida forte, estar aberto ao desenvolvimento e à mudança e estar disposto ao constante aperfeiçoamento do seu desempenho no local de trabalho são critérios que estão incluídos no COP. Para este autor o COP caracteriza-se por ser uma corrente mais micro, uma análise a nível individual. É esta conjuntura que o diferencia do POS.

Os autores que se debruçam sobre o estudo do COP defendem que as medidas utilizadas possuem boas qualidades métricas, que permitem a obtenção de influências mais significativas no desempenho organizacional (Luthans, 2002a). As capacidades métricas, nomeadamente a validade, são critérios de cientificidade que caracterizam o COP e que distingue as capacidades psicológicas positivas de outras capacidades (Luthans & Avolio, 2003). Esta importância dada ao rigor metodológico faz com que o COP possua instrumentos de medida com maior poder de

previsão do desempenho (Nunnally & Berstein, 1997, citado por Palma, Cunha & Lopes, 2007) assim como a utilização de amostras homogêneas permite um maior rigor teórico (Kerlinger, 1973, citado por Palma, Cunha & Lopes, 2007).

Com o passar dos tempos, o COP tem vindo a ganhar uma relevante importância pretendendo assim consolidar-se como uma área de estudo e de melhoria das capacidades psicológicas, as quais podem ter um impacto significativo no desempenho (Luthans & Youssef, 2004). O verdadeiro objectivo do COP é a sua aplicação no contexto organizacional, tanto nos dirigentes como nos próprios empregados.

2.2.1 Capital Psicológico Positivo (Psycap)

Luthans e Youssef (2004) defenderam que a decisão organizacional e a gestão de recursos humanos deviam transformar as teorias predominantemente negativas sobre o comportamento humano e a motivação nas organizações, para dar lugar a uma gestão baseada nas forças e orientada para o positivo. É essencial desenvolver o capital humano, social e psicológico para que possa atingir todo o seu potencial. Propõem uma gestão do capital psicológico positivo, canalizar os talentos, forças e capacidades psicológicas das pessoas para se atingirem resultados produtivos, éticos e sustentáveis, que resultem em vantagem competitiva. Para tal, sistematizaram conceptualmente os estados e organizaram-nos no denominado Psycap. Numa fase inicial conceitos como o de confiança (ou auto-estima), esperança, optimismo, felicidade, resiliência e inteligência emocional foram identificados como critérios do COP, por serem conceitos positivos, e únicos no campo do comportamento organizacional, estarem baseados na teoria e na investigação como medidas válidas, e constituírem estados abertos ao desenvolvimento, à mudança e à gestão da melhoria do desempenho (Luthans, 2002a; Luthans, 2002b). Posteriormente os estudos do COP centraram-se essencialmente na auto-eficácia, optimismo, esperança e resiliência e na sua relação com a liderança (Luthans et al., 2005). Os constructos da psicologia positiva, esperança, resiliência, optimismo e auto-eficácia, constituem o Capital Psicológico Positivo (Luthans, 2002b; Luthans & Youssef, 2004). Para demonstrar a capacidade de mutação destas características, Bandura (1997) fomentou algumas estratégias de desenvolvimento da auto-eficácia; Snyder (1999) promoveu o desenvolvimento da esperança; Carver & Scheier (2005) desenvolveram o conceito de optimismo; e Masten (2001) dissertou sobre a resiliência. Com esta base empírica é possível consolidar a ideia da mutabilidade dos

quatro constructos, quando combinados num único constructo, são considerados como estados passíveis de mudanças frequentes (Luthans, Avey, Avolio, Norman & Combs, 2006).

O Psycap é um conceito recente na literatura e está relacionado com um conjunto de atributos que os indivíduos podem utilizar para desempenhar melhor todas as esferas da sua vida (Luthans & Youssef, 2004). Este constitui um constructo psicológico de positividade, e obedece aos critérios do comportamento organizacional positivo, que vai para além do capital humano e social, pois é possível acrescentar alguma vantagem competitiva através do desenvolvimento “de quem se é” ou “no que se pode tornar” (Sommer, 2006; Luthans et al., 2006).

O Psycap é definido como um estado psicológico positivo em desenvolvimento e é caracterizado por possuir confiança (auto-eficácia) para conseguir canalizar todos os esforços necessários para alcançar as tarefas propostas; fazer atribuições positivas (optimismo) sobre o que acontece no presente e no futuro; capacidade de perseverança para atingir os objectivos, e quando necessário, redireccionar os problemas para objectivos (esperança) a alcançar; mediante adversidades e problemas, manter-se vigoroso e seguro (resiliência) para alcançar o sucesso (Luthans et al., 2006; Luthans et al., 2008; Avey, Luthans & Mhatre, 2008). Estas características do Psycap integram um conjunto de semelhanças que as unem para um fim comum, são elas o facto de ser únicas, positivas, passíveis de serem medidas, desenvolvidas e importantes influências na performance dos indivíduos.

Esperança.

O constructo da esperança está muitas vezes presente no nosso dia-a-dia, é o caso de um pai que diz ao seu filho “espero que tenhas um bom dia”, ou um chefe que diz ao seu subordinado “espero que consigas terminar o relatório esta semana”, isto afigura a definição comumente dada, ou seja, a percepção de que algo desejado vai acontecer. A teoria da esperança tem vindo a ser utilizada a nível individual e grupal na expectativa de criar um desenvolvimento contínuo dos indivíduos. Numa vertente mais teórica, a esperança é a capacidade para definir objectivos, encontrar a forma dos alcançar e motivar-se para isso (Snyder, Cheavens, & Michael, 1999; Snyder, 2000, citado por Luthans et al., 2006). O estudo da esperança tem sido alargado à vertente clínica, educacional, e desportiva descrevendo o seu impacto no desempenho individual. A esperança é a percepção de que se consegue alcançar aquilo que nos propomos. É a crença de

que se irá encontrar as melhores estratégias para alcançar os objectivos delineados, e que para isso há uma motivação intrínseca para as usar.

A esperança é definida segundo dois princípios: *willpower* e *pathways* (Snyder & Lopez, 2002; Snyder et al. 2005). *Willpower* é a expectativa e motivação individual para alcançar o objectivo desejado. *Pathways* são os recursos que ajudam a encontrar várias alternativas para alcançar o objectivo proposto.

A esperança é a acção de tentar alcançar um objectivo, que tem inerente um caminho de pesquisa para tentar identificar esses objectivos, assim como as alternativas possíveis para os alcançar. Snyder diz mesmo que a acção (*agency*) ajuda as pessoas a canalizar a sua motivação para a melhor alternativa (*pathway*) (Snyder et al., 1999; Snyder et al., 2005).

A esperança não reflecte apenas a determinação individual de que as metas serão atingidas, mas engloba também as crenças pessoais de que os planos delineados podem ser passíveis de ser reformulados, se assim for necessário, para alcançar as metas propostas. Como consequência desta positividade associada à esperança, as pessoas com elevado nível tendem a procurar amigos que sejam semelhantes, para que em situações mais stressantes possam recorrer a eles para obterem algum tipo de suporte. Em contrapartida, pessoas com níveis mais baixos tendem a isolar-se, mantendo um leque restrito de amigos com quem mantêm relação (Snyder et al., 2005). Um elevado nível de esperança está relacionado com uma boa adaptação psicológica, realização e capacidade de resolução de problemas (Snyder et al., 1999).

A esperança quando comparada com a auto-eficácia difere na importância que dá às emoções, enquanto na teoria de Bandura a auto-eficácia não equaciona as emoções *per se*, na teoria da esperança as emoções são impulsionadoras dos resultados obtidos.

Fruto do trabalho empírico de Snyder (Luthans, 2002a) podem ser enumeradas algumas formas de desenvolver a esperança, quer em contexto organizacional quer académico: obter a aceitação dos objectivos pelos membros da equipa através da participação e do envolvimento no processo de definição desses objectivos; determinar objectivos específicos e moderadamente difíceis; clarificar os objectivos e criar estratégias definidas em etapas; desenvolver planos de acção alternativos e planos de contingência; desenvolver a capacidade de reformulação/redefinição de objectivos (e.g., quando o objectivo perdeu relevância ou se tornou impossível); conduzir treinos mentais dos eventos próximos mais importantes.

Resiliência.

Na década de 70 alguns cientistas direccionaram as suas investigações para o estudo das crianças em risco, com patologias ou que de alguma forma não eram bem sucedidas. Estes investigadores argumentavam que compreendendo o fenómeno da resiliência, era possível promover melhores condições de vida a estas crianças (Masten & Reed, 2005). Nesta pesquisa com as crianças, a resiliência refere-se, essencialmente, à adaptação ao contexto caracterizado por uma significativa adversidade ou risco. A noção de resiliência vem sendo utilizada há muito tempo pela Física e Engenharia, contudo, no campo da psicologia, o estudo deste fenómeno é ainda relativamente recente. A sua definição não é tão precisa quanto na Física ou na Engenharia, mas nem poderia sê-lo, se tivermos em consideração a multiplicidade de factores e variáveis que devem ser tidos em conta no estudo do ser humano. Este conceito veio reacender a psicologia positiva (Masten, 2001).

A resiliência refere-se a um processo dinâmico que compreende a adaptação positiva no quadro de uma adversidade significativa. É a capacidade de reagir ao fracasso e seguir em frente. É um fenómeno que surge dos processos comuns de adaptação do ser humano (Masten, 2001), não tem a ver com qualidades raras ou especiais, mas com o vulgar do dia-a-dia, e é considerada a adaptação face ao risco e à adversidade. Alguns autores defendem que a adversidade pode trazer benefícios, pois a experiência da adversidade promove a emergência da qualidade que torna a pessoa melhor. Muitas são as pessoas que, após experienciarem situações de adversidade, sentem que aprenderam a ter uma melhor aceitação delas próprias e dos outros, ou que mudaram a sua filosofia pessoal, as suas prioridades, a sua própria orientação de vida (Carver, 1998). Toda a gente tem o potencial da resiliência o que varia é a sua capacidade de utilizar este recurso em situações de stress ou de adversidade, por isso é necessário desenvolvê-la (Masten, 2001). Alguns estudos demonstram que a competência parental ou as características parentais estão fortemente relacionadas com a resiliência (Masten, 2001).

A resiliência “surge de processos adaptativos relativamente comuns, os quais promovem a competência, restituem a eficácia e estimulam o crescimento, assim como as estruturas e práticas que causam esses processos” (Sutcliffe & Vogus, 2003). Desta forma é definida como uma característica ou capacidade, dos indivíduos ou mesmo das organizações, para absorver a força e preservar o seu funcionamento mesmo na presença de adversidade.

Masten (2001) define três componentes da resiliência: sólida educação, factores de risco e processos de influência. Neste sentido, é possível descrever algumas estratégias de desenvolvimento da resiliência: identificar e reduzir os factores de risco e stressores, que possam aumentar a probabilidade de insucesso; orientar-se por Valores positivos que permitam reagir e ser melhor sucedido perante os riscos e as adversidades; desenvolver a capacidade de improvisação para conseguir uma adaptação em situações inesperadas.

A resiliência tem implicações na promoção da competência e do capital humano nos indivíduos e na sociedade (Masten, 2001).

Optimismo.

O optimismo tem vindo a ser estudado tanto no campo clínico como no organizacional. A primeira definição possível deste conceito é aquela comumente utilizada no dia-a-dia, que se refere a uma expectativa positiva daquilo que possa acontecer, é a confiança de que as coisas corram bem e como desejadas. Num sentido mais teórico, o optimismo é definido como um aspecto cognitivo que enfatiza o julgamento de que o bom pode predominar sobre o mau, mesmo que a bondade esteja associada ao sofrimento (Peterson & Chang, 2003). Este é um constructo importante para ser incluído na nova corrente da psicologia, a psicologia positiva (Peterson, 2000), pois tem importantes implicações na forma como as pessoas obtêm sucesso perante situações mais stressantes (Brissette, Scheier & Carver, 2002; Carver & Scheier, 2005). Luthans (2002a) realçou a sua importância, definindo o optimismo como o “coração do COP”, pois o “optimismo pode ser uma força muito positiva no local de trabalho”.

Scheier & Carver (1985) definiram o conceito de *dispositional optimism*, o qual definiram como sendo a expectativa global de que as coisas boas serão abundantes no futuro e as coisas más serão escassas.

O optimismo e o pessimismo são qualidades da personalidade, que influenciam a maneira como as pessoas orientam os eventos nas suas vidas, influenciam as experiências subjectivas das pessoas quando se confrontam com problemas e influenciam as acções que as pessoas adoptam para lidar com esses problemas (Carver & Scheier, 1987; 2005). Indivíduos mais optimistas são mais facilmente motivadores para o trabalho, têm maiores níveis de aspiração e objectivos mais ambiciosos, apresentam uma maior perseverança face a obstáculos e dificuldades e encontram-se mais satisfeitos com o trabalho (Luthans, 2002b). Alguns estudos demonstram que o optimismo

está relacionado com características desejáveis – alegria, perseverança, realização ou saúde – enquanto o pessimismo está relacionado com características indesejáveis (Peterson, 2000; Peterson & Chang, 2003). A pessoa pessimista perde mais opções por estar constantemente à espera que coisas más aconteçam (Luthans et al., 2006), e tende a fazer atribuições internas (é sua culpa), estáveis (durará muito tempo) e globais (determinam tudo o que fazem), enquanto a pessoa optimista faz atribuições externas (não é a sua culpa), instáveis (algo momentâneo) e específicas (problema apenas naquela situação) (Luthans, 2002a). Tendencialmente pessoas mais optimistas atribuem causa interna a eventos positivos, e causa externa a eventos negativos (Luthans et al., 2008). Mesmo em momentos de maior stress as pessoas optimistas mantêm elevados níveis de bem-estar subjectivo (Scheier & Carver, 1985; 1987; 1993). Os optimistas são pessoas que acreditam obter resultados positivos da sua acção, mesmo quando as tarefas são difíceis, o que pressupõe uma variedade de emoções positivas. Por outro lado, os pessimistas esperam resultados negativos, o que acarreta um conjunto de sentimentos negativos, como a ansiedade, culpa ou tristeza (Carver & Scheier, 1985). As pessoas com elevado nível de optimismo conseguem predizer atitudes positivas, refazer as acções que obtiveram menos sucesso, não se deixam subjugar pelo fatalismo, e não se centram em aspectos negativos. Optimistas, comparativamente com pessimistas, agem mais eficazmente na resolução dos seus problemas, e sabem lidar melhor com as adversidades que vão cruzando o seu caminho, estando por isso mais centrados nas suas próprias estratégias de resolução de conflitos.

O optimismo é uma característica que pode ser vista como uma predisposição ou traço relativamente estável (Scheier & Carver, 1985; 1987), contudo pode ser passível de ser alterada mediante a situação com que se depara, embora não seja, de todo, descartada a sua origem enquanto base estável (Luthans & Youssef, 2004).

Peterson (2000) propõe dois tipos de optimismo, o “*big*” optimismo que diz respeito às grandes expectativas (e.g. A nossa nação está à beira de algo grandioso), e o “*little*” optimismo que diz respeito às expectativas específicas sobre os resultados positivos (e.g. Encontrarei um parque de estacionamento esta tarde). Na sua teoria Scheier e Carver (1985) defendem que o optimismo surge quando os resultados são valorizados pelos indivíduos.

Bandura (1997) descreve o optimismo como uma componente importante para o sucesso em tarefas específicas, tanto a nível físico como psicológico (Scheier & Carver, 1987; 1993).

A aprendizagem social contribui para o optimismo (Peterson, 2000), pois este é um constructo que pode ser desenvolvido ao longo da experiência de vida, e desde muito novos que todos nós estamos em contacto com acontecimentos que nos orientam, de alguma maneira, para uma vertente mais optimista ou mais pessimista. Este processo de construção da nossa identidade tem o seu começo na relação que é estabelecida com os pais. Scheier & Carver (1993) defenderam que as crianças podem tornar-se optimistas ou pessimistas imitando os seus pais, pensando e agindo de acordo com o que vêem os seus pais fazerem.

O optimismo pode ser desenvolvido (Luthans & Youssef, 2004): identificando crenças auto limitadoras/ autodestrutivas; factores que tenham estado na base dessas crenças; ou formas de as remover substituindo essas crenças por outras mais construtivas.

Comparativamente com outro constructo da psicologia positiva, a auto-eficácia, é possível diferenciá-los pelo facto da teoria da auto-eficácia ser mais focalizada num domínio específico, enquanto a teoria do optimismo é mais generalista. Contudo alguns estudos são unânimes quando defendem que ambos são importantes preditores do comportamento (Scheier & Carver, 1993). O optimismo é visto como uma característica cognitiva em relação ao futuro desejado e sentido como sucesso. Normalmente, deve entender-se como uma característica ou tendência mais ou menos estável da pessoa, em circunstâncias normais da vida, e que tende a prevalecer mesmo em circunstâncias adversas. O treino da auto-eficácia poderá ajudar ao desenvolvimento do optimismo (Luthans et al., 2006).

Auto-eficácia / Confiança.

As ciências humanas e sociais têm consagrado alguma atenção no campo da auto-eficácia, pois esta pode ser definida e medida não como um traço de personalidade, mas como uma crença acerca de como são orientadas as competências pessoais para alcançar os objectivos traçados em determinadas circunstâncias (Maddux, 2005). Este autor defende a ideia de que as verdades mais infalíveis são as mais simples, aquelas que até uma criança consegue entender. Na sua concepção o conceito de auto-eficácia é uma dessas verdades simples mas, simultaneamente, potente, pois diz respeito à convicção de cada um em conseguir alcançar aquilo que ambiciona. A auto-eficácia é a capacidade de cada um em transformar o seu comportamento para o resultado desejado. As crenças sobre a sua auto-eficácia constituem o maior aspecto do seu auto-conhecimento (Bandura, 1997), porque é possível ter uma grande necessidade de controlo num determinado

domínio e ter fracas crenças sobre a eficácia nesse domínio. Por conseguinte, esta capacidade não é considerada uma competência percebida. As pessoas tendem a desenvolver pré-concepções das capacidades de desempenho ligadas ao sexo, idade, nível educacional e socioeconómico, raça ou etnia. A auto-eficácia é definida como a convicção que uma pessoa tem sobre o quanto consegue mobilizar a sua própria motivação, os seus recursos cognitivos, e a acção necessários à realização de uma tarefa específica num determinado contexto (Stajkovic & Luthans, 1998; Luthans & Avolio, 2003), baseada na teoria da cognição social de Bandura (1997). Este autor defende que o bem-estar e a realização do ser humano dependem do seu optimismo e da auto-eficácia, só assim é possível destruir o que impede de alcançar o sucesso. As crenças da eficácia pessoal constituem a chave para a acção do ser humano, pois se as pessoas acreditassem que não tinham potencial para produzir resultados, não se esforçariam para tal. Estas crenças detêm um papel crucial na adaptação psicológica, na saúde física, assim como no desempenho no local de trabalho e nas estratégias de mudança no comportamento (Maddux, 2005).

A literatura sobre esta temática permite definir que as crenças na auto-eficácia não são simples preditivas do comportamento, pois não dizem respeito àquilo que se faz mas àquilo que se acredita ser possível fazer com o seu esforço. Desta forma, é possível desenvolver certas crenças desde a infância e continuar pela vida fora (Maddux, 2005), pois as experiências de cada pessoa vão permitir esta mutação contínua. Esta característica da auto-eficácia concede-lhe o estatuto de traço por poder ser desenvolvida e gerida (Luthans, 2002a).

Bandura defende que a orientação por objectivos e a construção de planos ajudam o desenvolvimento da auto-eficácia (Luthans et al., 2006), e esta, por sua vez, é preditora da motivação e da própria acção (Bandura, 1997). A auto-eficácia está fortemente relacionada com a performance dos indivíduos no trabalho, pessoas com um baixo nível fazem o estritamente necessário para serem bem sucedidas, enquanto as pessoas com um alto nível mantêm sempre um bom nível de rendimento mesmo em condições adversas ou com resultados incertos, contudo estes últimos tendem a requerer recompensas pelo seu bom desempenho (reconhecimento ou pagamento extra). Esta relação está monitorizada por três dimensões da auto-eficácia: a magnitude das expectativas de eficácia, a força e a generalidade (Stajkovic & Luthans, 1998).

Esta capacidade pode ser desenvolvida em contexto de trabalho com o objectivo de melhorar o desempenho individual, que poderá, a longo prazo, trazer benefícios à própria instituição. Para tal Bandura (1997) definiu algumas formas de a desenvolver: proporcionar

experiências de sucesso aos indivíduos facilita quando o sucesso deriva de uma árdua tarefa; aprendizagem vicariante – aprendizagem que resulta da observação do comportamento dos outros, é particularmente importante para quem tem pouca experiência; persuasão verbal – diz respeito ao incentivo dado através do feedback positivo e de informação útil, como os erros cometidos ou auxiliar quando necessário; estimulação física e psicológica. Qualquer influência externa pode alterar uma destas fontes de eficácia.

Em suma, a concepção básica de auto-eficácia é a “crença das pessoas nas suas capacidades em produzir os efeitos desejados com as suas próprias acções” (Bandura, 1997).

Descritas as características que constituem o Psycap, é viável afirmar este conceito como um estado de desenvolvimento psicológico positivo em que a pessoa se caracteriza por: apresentar uma elevada confiança para despende o esforço necessário para ser bem sucedida em tarefas desafiantes, fazer atribuições positivas acerca dos acontecimentos que vão suceder no presente e no futuro, manifestar perseverança em relação aos objectivos definidos, e, quando necessário, mostrar-se capaz de redireccionar os meios para atingir os fins; e revelar capacidade para recuperar de adversidades (Palma, Cunha & Lopes, 2007). O quadro que se segue sintetiza as quatro capacidades psicológicas que integram o capital psicológico positivo (Quadro 1).

Quadro 1

Definição Conceptual do Psycap (adaptado de Palma, Cunha & Lopes, 2007)

PSYCAP		
Capacidade Psicológicas	Definição	Autores
Auto-eficácia	Convicção que uma pessoa tem relativamente à sua capacidade para mobilizar a motivação, os recursos cognitivos e os recursos de acção necessários para realizar com êxito uma tarefa específica num dado contexto.	Bandura, 1997; Stajkovic & Luthans, 1998.
Optimismo	Estilo atribucional segundo o qual acontecimentos positivos são atribuídos a causas pessoais, permanentes e universais, enquanto os acontecimentos negativos são interpretados com base em factores externos, temporários e específicos.	Lopes & Cunha, 2007; Scheier & Carver, 1985; Seligman, 1998;
Esperança	Estado motivacional positivo, resultante da interacção entre:	Snyder, Irving & Anderson, 1991;

	<ul style="list-style-type: none"> • Agência - grau em que o indivíduo crê ser capaz de atingir um dado objectivo; • Definição de planos - capacidade para formular planos eficazes para alcançar esses mesmos objectivos. 	Snyder, Sympson, Ybasco, Borders, Babyak & Higgins, 1996;
Resiliência	Capacidade para recuperar de situações conflituosas e adversas mantendo o equilíbrio e a responsabilidade.	Luthans, 2002b

Estas quatro dimensões psicológicas estão interligadas e são fundamentais para um desempenho de alto nível. O Psycap é um constructo onde o todo é melhor que a soma das partes (Luthans et al., 2006). No que concerne ao impacto do Psycap na performance, alguns estudos em contexto organizacional têm demonstrado que existe uma forte relação entre o Psycap e o desempenho e a satisfação, maior do que quando os quatro factores são analisados individualmente (Luthans, Avolio, Avey & Norman, 2007). As pessoas que têm um valor elevado de optimismo têm uma perspectiva positiva no geral, mas quando combinado com a auto-eficácia e a esperança aumenta a quantidade de alternativas para atingir os objectivos propostos (Luthans et al., 2008). Ao longo de vários estudos foi possível detectar outros constructos igualmente importantes como a inteligência emocional ou a alegria, para integrarem o Psycap, contudo, Luthans & Avolio (2003) defendem que estas são as quatro características que melhor definem o capital psicológico pois respeitam os quatro critérios por ele definidos: características positivas, de base teórica e empírica, avaliadas através de medidas com elevada validade e definidas em termos de estado. Luthans explica que as pessoas que possuem uma combinação saudável destas quatro características acreditam que podem enfrentar tarefas difíceis (auto-eficácia) e que situações desafiantes terão uma solução favorável (optimismo), são perseverantes e mudam de estratégia para alcançar os seus objectivos (esperança) e são capazes de tentar mais que uma vez para obter sucesso mesmo perante adversidade (resiliência) (Ross, 2006).

3. Valores

3.1 Definição do Conceito de Valor

A realidade tem sofrido desde sempre um avanço técnico, correspondente à globalização competitiva, provocando mudanças na concepção dos Valores sociais e morais. Valores morais e

éticos são tão antigos quanto a própria história da humanidade. Os Valores podem ser vistos como linhas orientadoras da existência individual e colectiva do ser humano, pois podemos compreender os actos das pessoas enquanto sujeitos históricos e colectivos, situando-os num contexto do mundo em contínua globalização. Os Valores podem ser considerados como resultado de uma acção colectiva e como convicções pessoais, onde há possibilidade de crescer e desenvolver. A temática dos Valores tem vindo a ser alvo de estudo de diversas disciplinas, como a psicologia, a sociologia ou até mesmo a filosofia, pois torna-se cada vez mais importante compreender o comportamento humano. O objectivo destas investigações é estabelecer uma relação das diferenças individuais acerca da priorização dos Valores e como isso influencia as diferenças nas atitudes ou comportamentos (Schwartz, 1996; Schwartz & Bilsky, 1990; Ros, Schwartz & Surkiss, 1999). Esta temática tem sido objecto de uma extensa literatura, devido à sua importância na vida dos indivíduos e no desenvolvimento e aconselhamento de carreira. O seu estudo é central à compreensão de indivíduos e culturas. O ser humano não só mora num mundo de Valores mas também pode criar Valores de uma perspectiva pessoal. Na realidade, uma pessoa não tem apenas a habilidade para perceber Valores como a base de interacções entre pessoas como membros de um grupo, sociedade, ou cultura, mas também pode contribuir para o mundo de Valores através da sua participação activa.

Diversos autores desenvolveram o conceito de Valores e apresentaram definições algo divergentes, as quais interessa analisar, já que o próprio significado da palavra valor é difícil de precisar, pois depende do contexto e do domínio científico a que se refere. Schwartz & Bilsky (1987) ao rever a literatura sobre os Valores, embora com definições algo diversificadas, reuniram algumas características que são unânimes ao conceito: os Valores são crenças sobre estados ou comportamentos desejados, que transcendem situações específicas, guiam a selecção e avaliação dos comportamentos e eventos, e estão ordenados por grau de importância.

Os Valores podem ser considerados como crenças experimentadas pelos indivíduos, como padrões que devem guiar o comportamento desempenhando um papel central na tomada de decisão e constituindo a base de fixação de objectivos (Brown, 2002). É na presença de conflitos que os Valores devem ser activados para se tornarem conscientes e assim serem usados como guias de acção (Schwartz, 1996).

Os Valores são constructos hipotéticos, bastante úteis na análise do comportamento, mas não directamente observáveis. Cada pessoa tende a hierarquizar os seus Valores, atribuindo mais importância a uns, em detrimento de outros.

Ao longo dos tempos os Valores têm surgido na literatura subdivididos em individuais e organizacionais. Para Hofstede (1980, citado por Macedo, Pereira, Rossi & Vieira, 2005) os Valores constituem o núcleo da cultura organizacional. Cada organização é caracterizada pela posse de alguns Valores que lhe permitam alcançar determinados objectivos em detrimento de outros. Tamayo (1996, citado por Macedo et al., 2005) definiu os Valores como acções organizacionais porque são considerados crenças organizadas hierarquicamente que permitem o alcance das metas desejáveis que delineiam a vida da organização. Já Schwartz (1999; Schwartz & Bilsky, 1990) definiu os Valores individuais como metas individuais trans-situacionais que expressam interesses respeitantes a um tipo motivacional. Os Valores podem assumir diversas formas, podendo incidir maioritariamente sobre o trabalho, ou sobre o próprio ser humano. Vela (2000) debruçou-se sobre os Valores de trabalho, os quais considera importantes por influenciarem não só a maneira como o trabalho é definido, mas informarem também o seu significado, a sua centralidade, objectivos e outras funções na vida dos indivíduos. Portanto, os Valores de trabalho exercem a sua influência a três níveis: a nível social, condicionando as relações interpessoais do indivíduo; a nível organizacional, relacionam o indivíduo com aspectos de estruturação das unidades de trabalho; a nível individual, a forma como o indivíduo considera aspectos como a motivação, rendimento, entre outros. Para Inglehart (1990, citado por Ferreira, 2003), que define os Valores numa vertente mais económica, apenas os que têm relação com a passagem dos sentimentos de segurança material (Valores materialistas) para os de bem-estar social e de auto-realização (Valores pós-materialistas) podem ser explicados através dos processos geracionais. As próprias diferenças entre gerações não são capazes, por si só, de redefinir os Valores associados à dimensão dos deveres de cidadania.

Os Valores pessoais são objectivos trans-situacionais desejáveis, variando na sua importância, que guiam a forma como os actores sociais escolhem as acções, avaliam as pessoas e justificam as suas acções e avaliações (Schwartz & Bilsky, 1990; Schwartz, 1999).

Schwartz (1996) defendeu que embora duas pessoas diferentes detectem as mesmas oportunidades, a importância que é dada a essas mesmas oportunidades depende da hierarquia de Valores de cada um. Já Rokeach também defendia que cada pessoa possuía um número reduzido

de Valores priorizados. Os comportamentos são influenciados por um vasto leque de factores específicos da situação que está a ocorrer, e é difícil prever esses comportamentos apenas com uma variável trans-situacional como é o caso dos Valores. As atitudes e os comportamentos são influenciados pelo sistema de Valores de cada um.

Os Valores têm sido vistos desde sempre como determinantes importantes do comportamento humano (Allport, Vernon & Lindzey, 1960; Rokeach, 1973; Super, 1990, citado por Almeida, 2005), e foram também identificados como cruciais na compreensão de diferenças culturais (Brown, 2002).

As principais escalas de Valores dos últimos anos são apresentadas por autores como Hofstede (1980;1991), Rokeach (1967;1973), Inglehart (1971) e Schwartz (1992) (citado por Schwartz, 2008).

Hofstede (1980, citado por Schwartz, 2008) propôs quatro dimensões de Valores para comparar culturas. Esta escala não está criada para discriminar Valores individuais acerca de opiniões ou comportamento, o seu objectivo é discriminar Valores entre culturas. Os Valores de trabalho são a essência desta escala, em detrimento dos Valores humanos. Para este autor os Valores têm carácter avaliativo, isto é, têm um pólo negativo e um pólo positivo entre os quais a posição do indivíduo se situa (Hofstede, 1998).

Inglehart foi também um interveniente na descoberta desta temática embora se tenha centrado numa vertente mais económica, distinguindo dois tipos de Valores: materialista e pós-materialista. A teoria de Inglehart tenta demonstrar o efeito resultante da intersecção entre a sucessão geracional e o desenvolvimento económico (Ferreira, 2003; Pereira, Camino & Costa, 2004). A literatura dos anos 70 e 80 sobre os Valores e a motivação no trabalho focalizou-se na importância dos Valores intrínsecos para a representação do trabalho (Vala, 2000). Para Inglehart (Ferreira, 1998) esta orientação deve-se essencialmente a uma mudança dos Valores materialistas, relacionados com a satisfação de necessidades elementares, como são o caso da segurança económica e física, para os Valores pós-materialistas, relacionados com as atitudes que privilegiam a qualidade de vida, como a autonomia individual e a participação social. A sua escala tenta definir objectivos entre os países, e não entre objectivos individuais. Esta escala apenas mede uma dimensão (Schwartz, 2008).

Para Rokeach (1973, citado por Reis, 2002) existem quatro critérios a que devemos tomar atenção aquando do esclarecimento da noção dos Valores humanos: deve ser apelativa e passível

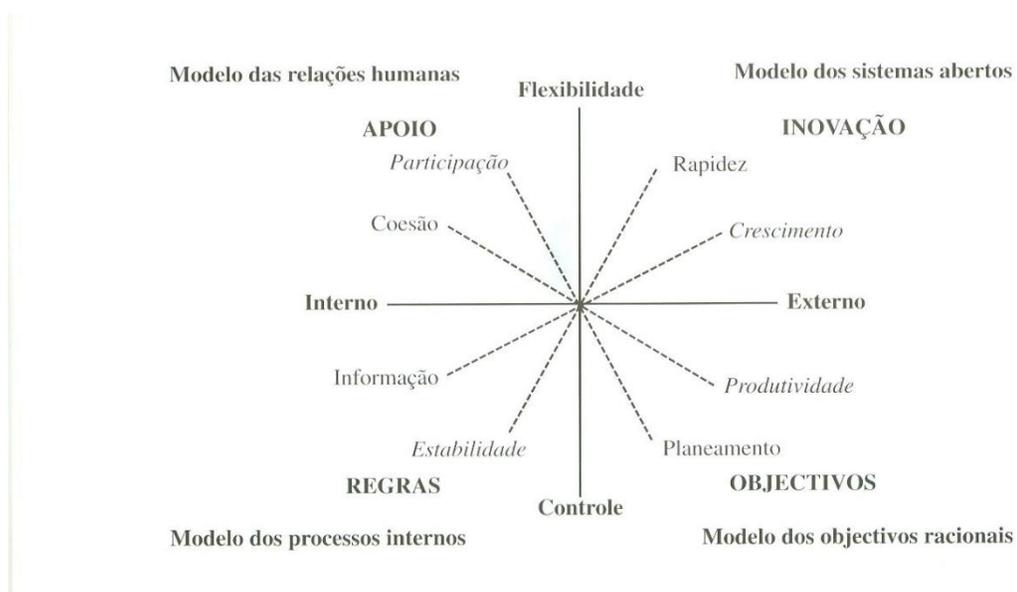
de definição operacional; o conceito deve ser claramente diferenciado de outros conceitos com os quais possa ser confundido; ao escrever sobre Valores, devem evitar-se “concepções daquilo que é desejável”, termos circulares que são, em si, indefinidos, como “deve” representar uma abordagem livre de qualquer valor ou juízo de valor e, ser uma abordagem no qual os investigadores possam replicar e explicar de uma forma viável as descobertas empíricas e suas conclusões para além das diferenças individuais.

3.2. Modelo dos Valores Contrastantes de Quinn e Colaboradores

O Modelo dos Valores Contrastantes (Quinn & Cameron, 1983) conceptualizou os Valores organizacionais e definiu para cada organização que os Valores correspondiam a dimensões. A primeira dimensão diz respeito ao focus interno e externo. A segunda dimensão diz respeito ao próprio crescimento da organização, que opõe o controle e a flexibilidade. A terceira dimensão diz respeito ao binómio meios – fins (Figura 1). Quando se cruzam as dimensões surgem determinadas medidas que podem estar relacionadas com os meios ou com os fins definidos pela organização. Este modelo teve a sua origem num conjunto de estudos empíricos e investigações, e, segundo Neves, 2000, permite perspectivar o funcionamento organizacional na base de Valores contrastantes.

Figura 1

Modelo dos Valores Contrastantes de Quinn e colaboradores (adaptado de Neves, 2000)



Este modelo considera três dimensões bipolares, sendo elas: orientação externa/ interna; flexibilidade/controle e meios/ fins. A primeira dimensão está representada no eixo horizontal, do lado esquerdo a orientação interna, dando ênfase ao desenvolvimento dos recursos humanos mantendo estável e cooperante o ambiente de trabalho; do lado direito a orientação externa que tem como objectivo desenvolver actividades que possibilitem crescer e adquirir recursos à organização. A segunda dimensão está representada no eixo vertical e representa a flexibilidade (topo) e o controle (base), onde o controle enfatiza a necessidade de hierarquia e de controlo de funções, e a flexibilidade defende a importância da iniciativa individual, da rapidez e da adaptabilidade organizacional. A terceira dimensão está representada no eixo invisível mas subjacente, que traduz os modelos teóricos implícitos em cada quadrante. Os modelos são: o modelo dos objectivos racionais que defende a importância de alcançar os objectivos propostos; o modelo dos sistemas abertos no qual a principal finalidade é a adaptação; o modelo das relações humanas dá uma maior ênfase à motivação e à descentralização das decisões; o modelo dos processos internos, que recomenda a integração e o controlo como importantes fins a alcançar. Esta dimensão reflecte um contínuo de meios-fins. Esta dinâmica está presente no dia-a-dia de qualquer organização (Neves, 2000).

No seu modelo o autor identifica quatro tipos de cultura: cultura de apoio (interno, flexibilidade), de regras (interno, controle), de inovação (flexibilidade, externo) e de objectivos (controle, externo). Este modelo, quando representado graficamente, reproduz quatro orientações culturais, as quais têm subjacentes diferentes teorias organizacionais (Figura 1). Assim, nenhuma organização se caracteriza apenas por um tipo de cultura, mas simultaneamente por combinações de todos os tipos de cultura, sendo umas mais dominantes que outras. Quando num dos quadrantes uma dimensão é excessivamente enfatizada em relação às restantes, a organização pode tornar-se disfuncional, e.g. excessiva flexibilidade pode conduzir ao caos, muito controle pode conduzir à rigidez. Estes quatro pólos formam quatro quadrantes que representam o que é valorizado no desempenho organizacional, representam os Valores da organização e divulgam a cultura organizacional.

O modelo considera que a realidade é paradoxal, por conseguinte considera que estas quatro orientações coexistem numa mesma organização. A eficiência organizacional e o sucesso das soluções implementadas resultarão da conciliação que a organização faz entre os quatro elementos.

3.3 Concepção de Valores de Rokeach

Para Rokeach, 1973 (citado por Brown, 1996) os Valores são as crenças que possuem componentes cognitivas, afectivas e comportamentais. Dizer que uma pessoa possui determinado valor é afirmar que ela sabe cognitivamente a forma de se comportar, ou seja, os Valores são estruturas cognitivas que permitem que os indivíduos satisfaçam as suas necessidades de modo socialmente aceitável. Um valor tem um cariz afectivo no sentido em que pode ter uma carga emocional. Por último, o valor tem uma componente comportamental no sentido em que é uma variável interveniente que leva à acção quando activada: as pessoas agem de acordo com os Valores que possuem. Este autor defende ainda que é possível identificar os Valores que uma pessoa possui, medi-los e classificá-los em sistemas definindo-os como pertencendo à classe especial de crenças duradouras. Os Valores são caracterizados como duradouros, mas se fossem completamente estáveis, a mudança pessoal e social seria impossível. Em contrapartida, se fossem muito instáveis, não poderia existir a continuidade da personalidade e sociedade humanas. Este carácter duradouro é atribuído principalmente devido ao facto de serem, inicialmente, ensinados e aprendidos isoladamente, como absolutos. Valores como a honestidade e a inteligência são sempre ensinados como absolutos. É a aprendizagem de um valor como absoluto que garante, mais ou menos, a sua duração e estabilidade. Ferreira (2003) afirma que à medida que decrescem nas gerações mais novas os Valores relacionados com a segurança, emergem outros direccionados para a auto-realização e a satisfação subjectiva.

Rokeach (1973, citado por Brown, 2004) acrescentou ainda que os Valores são cristalizados quando os indivíduos os podem identificar e quando conseguem descrever de que forma influenciam o seu comportamento. São priorizados quando os indivíduos os podem ordenar em termos de importância. Os Valores altamente priorizados são fundamentais na tomada de decisão, nomeadamente, no auxílio da escolha de carreira.

Os Valores são fenómenos dinâmicos e multifacetados. Estas características possibilitam ao indivíduo uma multiplicidade de interpretações de um mesmo valor. As consequências, positivas ou negativas, causadas por um determinado valor dependem da situação. Assim, os sistemas de Valores orientam o indivíduo na tomada de posições no que respeita a assuntos sociais, predispõem-no a escolher determinada ideologia política ou religiosa em relação a outras, orientam a forma como se apresenta aos outros, servem de modelos para a avaliação e julgamento do próprio e dos outros, sendo centrais nos processos de comparação e ajudam na escolha da

carreira profissional. Os Valores têm como função fornecer a base para julgar se os comportamentos do indivíduo são apropriados no presente, permitindo também a definição de determinados objectivos que o indivíduo pretende atingir no futuro (Rokeach, 1973, citado por Almeida & Lopes, 2004).

3.4 Teoria Holística dos Valores de Base de Brown

A Teoria Holística dos Valores de Base de Brown (1996) foi baseada na teoria de Rokeach (1973), assim como em alguns aspectos da teoria de desenvolvimento de carreira de Super (1990). Rokeach (1973, citado por Almeida & Lopes, 2004) definiu os Valores como standards que guiam não apenas o nosso comportamento, mas servem de base para guiar o comportamento dos outros, e são influências estáveis no comportamento. Super (1940, 1980, 1990, citado por Almeida & Lopes, 2004) foi o pioneiro ao considerar no estudo dos Valores a interacção entre papéis. Foi também o responsável pela WIS (Work Importance Study), cujo principal objectivo era apresentar instrumentos úteis no acesso psicológico e no aconselhamento vocacional de carreira, tanto para a selecção de trabalhadores como para a avaliação de programas. (Super, 1979, citado por Super & Sverko, 1995).

Em suma, a Teoria Holística dos Valores de Base assenta em proposições básicas, as quais resultam de uma síntese de outras teorias, de dados de outros autores assim como da própria especulação do autor. Cada pessoa desenvolve um sistema de Valores relativamente reduzido, ainda que constitua o determinante mais importante para as escolhas dos papéis de vida, de modo a procurar a satisfação; estes são adquiridos através da informação do meio envolvente, interagindo com as características dos indivíduos e dependendo a satisfação da variedade dos papéis de vida e do preenchimento dos Valores essenciais (Brown, 1996). Esta teoria pretende com poucos constructos explicar um grande número de fenómenos, pretende ser universal (abrange o sexo masculino e o feminino, todas as idades e todas as culturas), precisa, flexível e, pretende também demonstrar a importância dos Valores.

Os Valores são padrões que permitem guiar as acções, julgamentos e comparações entre o próprio e os outros, assim como ajudam a adaptação e a defesa do ego, resultam de uma interacção entre as características de cada um e a sua experiência ao longo da vida (Maloney, Bouchard & Segal, 1991, citado por Brown, 1996). Brown (2002) afirma que os Valores podem ser considerados como crenças fulcrais experimentadas pelos indivíduos, como padrões que

devem guiar o comportamento desempenhando um papel central na tomada de decisão e constituindo a base de fixação de objectivos. Segundo Brown & Crace (1996) fazer escolhas que coincidam com os Valores é essencial para a satisfação. Quando os indivíduos identificam as oportunidades que se relacionam com os seus, então estabelecem objectivos, desenvolvem estratégias para o alcance dos Valores e iniciam a acção. Segundo Brown (1996) os Valores podem ser avaliados e caracterizados usando tanto a análise quantitativa como qualitativa. Este autor defende, através da sua teoria, que cada pessoa tende a hierarquizá-los.

3.5 Concepção de Valores de Schwartz

Uma inovação no modelo de Schwartz é a representação dos Valores como elementos de uma matriz onde existem relações de conflito e de compatibilidade. Como importante impulsionador desta temática, Schwartz (1996; 2008) defende uma concepção de Valores que engloba seis características principais, em que algumas delas têm como base a teoria de Rokeach:

1) *Os Valores são crenças*: estão associados aos afectos e, quando activados, despertam os sentimentos. As pessoas para quem a independência é um valor importante ficam em estado de alerta se a sua independência é ameaçada, desesperadas quando não a podem preservar e contentes quando a podem expressar;

2) *Os Valores tratam de objectivos desejáveis*, e.g., igualdade social, honestidade ou protecção;

3) *Os Valores transcendem as acções e situações específicas*. obediência e honestidade, e.g., podem ser importantes no trabalho ou na escola, no desporto, nos negócios e política, com a família, amigos ou estranhos. Este aspecto distingue-os dos conceitos restritos tais como normas e atitudes, conceitos que normalmente se referem a acções, objectos ou situações específicas;

4) *Os Valores servem de padrões ou de critério*: guiam a selecção ou avaliação de acções, políticas, pessoas e eventos. Os indivíduos decidem quais as acções, pessoas ou eventos bons ou maus, o que devem ou não devem fazer, em conformidade com a avaliação que fazem das consequências possíveis para os Valores que defendem.

5) *Os Valores são classificados por ordem de importância*. o ordenamento dos Valores forma um sistema de Valores prioritários. Culturas ou indivíduos podem ser caracterizados pelos seus sistemas de Valores prioritários. As pessoas atribuem maior importância à realização ou à justiça, à moda ou à tradição, à saúde ou à espiritualidade? Quais destes Valores são mais ou

menos importantes como guias e justificações para as decisões tomadas pelos intervenientes nas instituições sociais (legal, política, económica, familiar, religiosa);

6) *A importância relativa de múltiplos Valores guia a acção*: todas as atitudes ou comportamentos implicam a intervenção de mais de um valor. Ir à igreja (e.g.) pode expressar e promover Valores de tradição, conformidade, segurança e benevolência. Como consequência alguns são implicados simultaneamente na atitude e no comportamento que os guia. São estes Valores que guiam as atitudes e os comportamentos.

No modelo de Valores de Schwartz é definida uma estrutura bidimensional em que uma dimensão opõe a *auto-transcendência* e a *auto-promoção*, e a outra opõe a *abertura à mudança* e a *conservação*. Surgem assim os 10 tipos de Valores distintos do ponto de vista motivacional, medidos numa escala através de itens, nos quais os indivíduos têm de dizer se a afirmação se assemelha com a sua personalidade numa escala que oscila entre 1 (exactamente como eu) e 6 (não tem nada a ver comigo). Aquilo que os distingue é o tipo de objectivo motivacional que eles representam (Ros, et al., 1999). Os Valores representam, numa forma consciente, três exigências universais da condição humana: necessidades biológicas, requisitos de interacção social e normas do funcionamento do grupo (Schwartz & Bilsky, 1987; Schwartz & Bilsky, 1990; Ros, et al., 1999; Ramos, 2006). Destas três exigências universais surgem os 10 tipos de Valores motivacionais: poder, realização, hedonismo, estimulação, autonomia, universalismo, benevolência, tradição, conformidade e segurança (Schwartz, 1996), que serão descritos em termos dos seus objectivos e os Valores simples que eles representam.

Autonomia – está relacionado com o objectivo de independência de pensamento e de acção – escolher, criar e explorar. Os Valores que lhe estão associados são: criatividade, liberdade, independência, curiosidade e escolha das próprias metas individuais.

Estimulação – objectivo motivacional: excitação, novidade e desafio na vida. Os Valores incluídos neste tipo de valor são a ousadia e uma vida excitante, e decorrem da necessidade do organismo de variedade e de estimulação.

Hedonismo – diz respeito ao prazer e a uma vida gratificante. Felicidade, jovialidade e prazer de bem gozar a vida são os Valores que estão subjacentes a este domínio.

Realização – foca-se no sucesso pessoal através da demonstração de competência reconhecida pelos outros. Os Valores associados são: ambição, sucesso, influência pessoal e reconhecimento social.

Poder – estatuto social de prestígio, domínio das pessoas e controlo dos recursos. O poder satisfaz as necessidades humanas de interacção e de grupo. Os Valores inerentes ao poder são o poder social, autoridade, saúde e preservação da imagem pública pessoal.

Segurança – o objectivo motivacional é a harmonia e a estabilidade das relações sociais e do próprio indivíduo. Inclui os Valores de ordem social, segurança familiar, segurança nacional, reciprocidade de favores e limpeza.

Conformidade – o objectivo motivacional é moderar ou evitar as acções ou os impulsos capazes de destabilizar ou prejudicar os outros, e susceptíveis de transgredir as normas sociais aceites. Os Valores associados a este domínio são: obediência, auto-disciplina, auto-controlo, respeito pelos outros e delicadeza.

Tradição – respeito, compromisso ou aceitação das ideias e dos costumes que a cultura e/ou religião fornece ao indivíduo. Os Valores envolvidos são o respeito pela tradição, aceitar a própria vida, ser devoto, ser humilde e moderado.

Benevolência – diz respeito à preservação e reforço do bem-estar de todos aqueles com os quais estamos frequentemente em contacto. O objectivo motivacional é a promoção do bem-estar das pessoas que são próximas. Os Valores inerentes à benevolência são: honestidade, indulgência, ser prestável, leal, responsável.

Universalismo – o objectivo motivacional deste domínio é a compreensão, tolerância e protecção do bem-estar de todas as pessoas e da natureza. Igualdade, união com a natureza, paz no mundo, sabedoria, justiça social, protecção do ambiente e harmonia interior são Valores que subjazem ao universalismo.

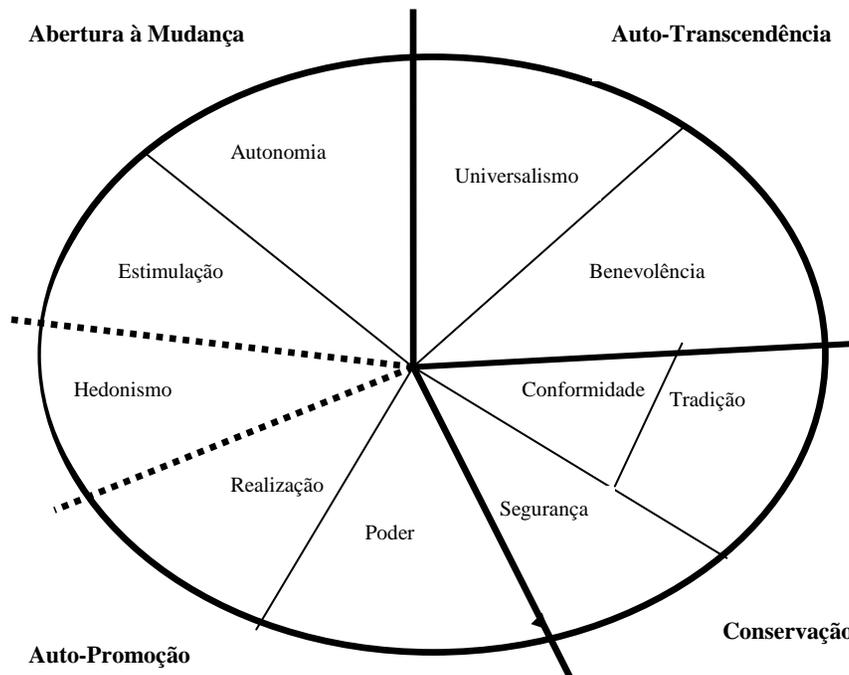
(Ros, et al., 1999; Schwartz, 2008).

O modelo teórico de Schwartz é apresentado numa estrutura circular formando um *continuum* em termos de motivação, descrevendo relações de compatibilidade ou conflito, que se traduzem em atitudes e comportamentos congruentes ou dissonantes. Existem Valores que levam a determinado comportamento, podendo ser congruentes ou dissonantes entre si. A figura circular (Figura 2) demonstra as relações teóricas existentes entre os 10 tipos de Valores quer sejam de conflito ou de congruência. Quanto mais próximos estiverem dois tipos de Valores, mais semelhantes são as motivações subjacentes, quanto mais distantes mais dissonantes são as suas motivações (Schwartz, 2008). Os objectivos motivacionais de alguns Valores (*poder* e

benevolência, por exemplo) são antagônicos e, os objectivos motivacionais de outros (por exemplo, *poder e realização*) são congruentes.

Figura 2

Modelo teórico das relações entre os 10 tipos de Valores motivacionais (adaptado de Schwartz, 2008)



Neste modelo, os Valores que servem os interesses individuais (*poder, realização, hedonismo, estimulação, autonomia*) estão em oposição com os que servem interesses colectivos (*benevolência, tradição e conformidade*). Em contrapartida existem dois que servem ambos os interesses, localizando-se entre as restantes duas regiões, são eles o *universalismo* e a *segurança*. Esta separação acaba por dar origem a uma estrutura com duas dimensões ortogonais: na primeira dimensão bipolar (*auto-transcendência vs. auto-promoção*) os Valores *poder e realização*, que privilegiam os próprios interesses, opõem-se aos Valores *universalismo e benevolência*, que dão maior ênfase ao bem-estar e aos interesses dos outros. Na segunda dimensão (*abertura à mudança vs. conservação*) os Valores *autonomia e estimulação*, que privilegiam a acção e as novas experiências, opõem-se aos Valores *segurança, conformidade e tradição*, que por sua vez, defendem a ordem, restrição e a resistência à mudança. O valor *hedonismo* partilha ambas as dimensões.

Como é possível verificar na estrutura circular (Figura 2), os Valores organizam-se em relações de compatibilidade ou de conflitualidade. De seguida irão ser apresentadas essas relações mais detalhadamente.

Relações de compatibilidade:

- a) A motivação comum ao *poder* e à *realização* é a procura de reconhecimento social;
- b) A motivação inerente à *realização* e ao *hedonismo* é a procura de satisfação pessoal;
- c) O ponto comum entre *hedonismo* e *estimulação* é de que ambos encorajam a procura de sensações agradáveis e excitantes;
- d) A motivação conjunta da *estimulação* e *autonomia* é o interesse intrínseco pela novidade;
- e) A motivação que despoleta a *autonomia* e *universalismo* é de se remeter ao julgamento pessoal e de estar em harmonia com a natureza;
- f) O *universalismo* e a *benevolência* relevam a prioridade dos outros em detrimento de sentimentos egoístas;
- g) A motivação comum à *benevolência* e à *tradição* é a devoção para com o grupo de pertença;
- h) O ponto comum entre *benevolência* e *conformidade* é de que ambas requerem um comportamento normativo que facilite as relações com os outros;
- i) A *conformidade* e *tradição* incentivam a subordinação dos indivíduos aos desejos impostos pela sociedade;
- j) A motivação inerente à *tradição* e *segurança* é preservar e fazer prevalecer as normas sociais que existam e assegurar a segurança;
- k) A *conformidade* e a *segurança* colocam em relevo a importância das relações harmoniosas;
- l) A *segurança* e o *poder* supõem, ambas, que se evitem as ameaças, controlando as relações e os recursos (Ros, et al., 1999; Schwartz, 2008).

Relações de conflitualidade:

- a) *Autonomia e estimulação vs conformidade, tradição e segurança* – os primeiros enfatizam independência e acções que favoreçam a mudança, em oposição à submissão, auto-restrições, preservação de práticas tradicionais e preservação da estabilidade;
- b) *Universalismo e benevolência vs realização e poder* – os primeiros realçam a preocupação pelo bem-estar e a aceitação pelos outros, em oposição à procura do sucesso pessoal e domínio de terceiros;

c) *Poder e hedonismo vs conformidade e tradição* – o foco no prazer pessoal é incongruente com a submissão individual em detrimento dos desideratos sociais (Ros, et al., 1999; Schwartz, 2008).

Numa primeira dimensão de relações de antagonismo/compatibilidade temos as dimensões de *abertura à mudança* e de *conservação*. Na *abertura à mudança* os indivíduos actuam segundo os seus próprios interesses de natureza intelectual, afectiva ou emocional, mostrando alguma predisposição ao risco pois agem de acordo com base em incertezas e ambiguidades. Por outro lado, na dimensão *conservação*, nas motivações dos indivíduos predominam a tendência para a preservação dos paradigmas axiológicos actuais e/ou herdados, e assim agem de acordo com estes paradigmas (Ros, et al., 1999). Na *abertura à mudança* temos os indivíduos que regulam as suas acções com base em motivações caracterizadas pela autonomia, controlo, independência de pensamento e de acção (*autonomia*), pela predisposição para a inovação e mudança e pela procura de sensações e emoções, de forma a obter e manter um nível elevado de actividade e de satisfação pessoal (*estimulação e hedonismo*) (Ros, et al., 1999). Enquanto a dimensão *conservação* abrange os indivíduos em que a acção é caracterizada pela estabilidade e harmonia do meio social, das suas relações e com eles próprios (*segurança*), pela (auto) contenção nas acções e impulsos que possam perturbar os outros ou violar a “ordem” ou os tipos normativos instituídos e as expectativas sociais (*conformidade*), e, por último, pela aceitação, preservação e respeito pelos costumes (*tradição*) (Ros, et al., 1999). Nesta dualidade de Valores a *abertura à mudança* entra em conflito com o respeito, com a preservação de costumes e tradição, a manutenção do *status quo*, defendidos pela *conservação* (Pereira, Camino & Costa, 2004).

Na segunda dimensão de relações de antagonismo/compatibilidade temos a *auto-promoção* e a *auto-transcendência*. Na *auto-promoção* estão abrangidos os Valores em que indivíduos agem com base em objectivos motivacionais dando realce aos seus próprios interesses e à sua realização, sucesso e satisfação pessoal (*realização e hedonismo*), mesmo que isso implique o sacrifício dos interesses dos outros ou das relações de domínio (*poder*). Na *auto-transcendência* os indivíduos que orientam as suas acções com base em motivações onde a preocupação em promover o bem-estar dos outros e da sociedade em geral é a base da sua actuação (*universalismo e benevolência*). Enquanto a primeira se distingue pela valorização de

motivações centradas no *eu* a segunda prima pela valorização dos outros (Pereira, Camino & Costa, 2004).

O *hedonismo* inclui elementos das dimensões *abertura à mudança* e *auto-promoção*.

Em suma, esta estrutura dos Valores congrega duas dimensões que traduzem relações de compatibilidade e conflito entre os Valores (Ros, et al., 1999). A primeira dimensão define a relação bipolar entre *abertura à mudança* (*autonomia, estimulação e hedonismo*) vs *conservação* (*segurança, tradição e conformidade*), onde é expresso o conflito entre a valorização dada à mudança e a manutenção da situação. A segunda dimensão define a relação bipolar entre a *auto-transcendência* (*universalismo e benevolência*) vs *auto-promoção* (*poder e realização*), onde é expresso o conflito entre a promoção do bem-estar colectivo e a procura do sucesso individual.

4. Objectivos do Estudo

O Comportamento Organizacional Positivo (COP), tendo como suporte base os ideais defendidos pela Psicologia Positiva, agrupou as características psicológicas positivas mensuráveis dando origem ao conceito de Capital Psicológico Positivo – Psycap. Fred Luthans, psicólogo norte-americano, designou a auto-eficácia, o optimismo, a esperança, e a resiliência como as características que constituem o Psycap. (Luthans, 2002a).

Numa fase empírica inicial as investigações focalizavam-se essencialmente nas características psicológicas e no seu efeito no desempenho individual. Com o decorrer dos tempos tornou-se relevante, para além de estudar a causalidade das características psicológicas no desempenho individual, aprofundar também quais seriam os aspectos que influenciam essas características psicológicas (Psycap). Neste sentido, os Valores podem ser importantes influências no Psycap, pois têm sido vistos desde sempre como determinantes importantes do comportamento humano (Allport, Vernon & Lindzey, 1960; Rokeach, 1973; Super, 1990, citado por Almeida, 2005), razão pela qual surgiu o interesse na presente investigação, tratando-se de um estudo exploratório da relação entre os Valores e o Psycap. Pretende-se saber se determinados Valores estão na base da manifestação dos atributos e dos comportamentos psicológicos positivos. Os Valores podem ser considerados como crenças experimentadas pelos indivíduos, como padrões que devem guiar o comportamento desempenhando um papel central na tomada de decisão e constituindo a base de fixação de objectivos (Brown, 2002). As vantagens de uma relação harmoniosa entre os dois conceitos vão permitir um melhor desempenho, individual e grupal, promovendo uma influência recíproca. Em qualquer organização é condição de sucesso a existência de uma cultura organizacional sólida, onde existam Valores partilhados pelos seus membros. Quando pensamos nos nossos Valores, pensamos naquilo que é importante na nossa vida, e como podem determinar o tipo de comportamento social: atitudes e ideologias, avaliações, juízos morais e justificações, comparações do indivíduo com os outros, apresentações do indivíduo aos outros e tentativas de os influenciar (Rokeach, 1973, citado por Reis, 2002). Estes Valores começam a transmitir-se a partir do momento em que o colaborador entra na organização, o denominado processo de socialização. Em 2002, Luthans, acrescenta que neste processo se devem ponderar as características positivas do indivíduo por estarem relacionadas com os Valores comuns à organização.

Com esta investigação, pretende-se um trabalho ambicioso, do ponto de vista da inovação, pois a maioria dos estudos existentes tem como população alvo o contexto organizacional, e neste caso a população alvo não se coaduna com a literatura, visto estarmos perante uma organização sem fins lucrativos. É o facto de tentar transpor uma realidade laboral para uma realidade mais lúdica e recreativa, na tentativa de tentar perceber se os Valores comuns da organização influenciam, de alguma forma, as capacidades psicológicas positivas de cada um dos seus membros e a forma como o reportam para o seu dia-a-dia. Neste sentido, e uma vez que não foram encontrados estudos com esta amostra, o estudo tem como principal objectivo explorar possíveis relações entre os conceitos, e para tal foram definidas hipóteses genéricas.

Na estrutura bidimensional auto-transcendência e auto-promoção, os Valores do *universalismo* e da *benevolência*, que dão maior ênfase ao bem-estar e aos interesses dos outros opõem-se aos Valores de *poder* e *realização*, que privilegiam os próprios interesses. Nesta estrutura está expresso o conflito entre a aceitação dos outros como iguais e a preocupação do seu bem-estar vs a prossecução do sucesso individual e do domínio sobre os outros. Nas dimensões do Psycap, a esperança é a capacidade para definir objectivos, encontrar a forma dos alcançar e motivar-se para isso (Snyder, Cheavens, & Michael, 1999; Snyder, 2000, citado por Luthans et al., 2006). Como consequência desta positividade associada à esperança, as pessoas com elevado nível tendem a procurar amigos que sejam semelhantes, para que em situações mais stressantes possam recorrer a eles para obterem algum tipo de suporte (Snyder et al., 2005). Uma das formas de desenvolver a esperança é obter a aceitação dos objectivos pelos membros da equipa através da participação e do envolvimento no processo de definição desses objectivos (Luthans, 2002a). A resiliência refere-se a um processo dinâmico que compreende a adaptação positiva no quadro de uma adversidade significativa. É a capacidade de reagir ao fracasso e seguir em frente (Masten, 2001). Alguns autores defendem que a experiência da adversidade promove a emergência da qualidade que torna a pessoa melhor. Muitas são as pessoas que, após experienciarem situações de adversidade, sentem que aprenderam a ter uma melhor aceitação delas próprias e dos outros, ou que mudaram a sua filosofia pessoal, a sua própria orientação de vida (Carver, 1998). A auto-transcendência remete para o julgamento pessoal e o bem-estar em harmonia com a natureza, pelo que se prevê que se relacione positivamente com a esperança pela capacidade de definir objectivos e motivar-se para os alcançar, procurando harmonia com o

exterior, e com a resiliência por esta definir o ser humano como capaz de se adaptar às adversidades, fazendo o seu próprio julgamento.

Hipótese 1: a auto-transcendência está positivamente correlacionada com a esperança

Hipótese 2: a auto-transcendência está positivamente correlacionada com a resiliência

Na estrutura bidimensional abertura à mudança vs conservação, os Valores de *autonomia* e *estimulação*, que privilegiam a acção e as novas experiências, opõem-se aos Valores de *segurança*, *conformidade* e *tradição*, que por sua vez, defendem a ordem, restrição e a resistência à mudança. Na literatura a auto-eficácia é definida como a convicção que uma pessoa tem sobre o quanto consegue mobilizar a sua própria motivação, os seus recursos cognitivos, e a acção necessários à realização de uma tarefa específica num determinado contexto (Stajkovic & Luthans, 1998; Luthans & Avolio, 2003). Esta dimensão está fortemente relacionada com a performance dos indivíduos no trabalho, pois as pessoas com um baixo nível fazem o estritamente necessário para serem bem sucedidas, enquanto as pessoas com um alto nível mantêm sempre um bom nível de rendimento mesmo em condições adversas ou com resultados incertos. Alguns autores defendem que o optimismo, outra dimensão do Psycap, está relacionado com a auto-eficácia, em que o treino da auto-eficácia poderá ajudar ao desenvolvimento do optimismo (Luthans et al., 2006). Luthans (2002b; 2008) indica que indivíduos mais optimistas são mais facilmente motivadores para o trabalho, têm maiores níveis de aspiração e objectivos mais ambiciosos, apresentam uma maior perseverança face a obstáculos e dificuldades e encontram-se mais satisfeitos com o trabalho, atribuindo causa interna a eventos positivos, e causa externa a eventos negativos. Por esta razão é expectável que a abertura à mudança apresente relação tanto com o optimismo como com a auto-eficácia.

Hipótese 3: a abertura à mudança está positivamente correlacionada com o optimismo

Hipótese 4: a abertura à mudança está positivamente correlacionada com a auto-eficácia

5. Método

5.1 Amostra

A amostra deste estudo é constituída por 110 indivíduos, sócios de uma organização sem fins lucrativos, em que 89 são do sexo masculino e 21 do sexo feminino, a maioria com idades compreendidas entre os 30 a 39 anos (49%). Relativamente ao estado civil a amostra é homogénea pois o ser solteiro e ser casado obteve percentagens bastante semelhantes (45% e 50% respectivamente). No que se refere ao número de dependentes, não ter nenhum filho representa 54% da amostra, em parte devido a esta ser constituída maioritariamente por população jovem. Por fim, as habilitações literárias dominantes na amostra em estudo são o 12º ano (42%), o que em parte justifica a grande percentagem de trabalhadores (89%) (ver Anexo A).

As amostras de conveniência são, por norma, as menos dispendiosas, mais económicas e de maior facilidade de acesso. Em contrapartida, este tipo de amostragem é provavelmente não representativa da população. Ocorre quando a participação é voluntária ou os elementos da amostra são escolhidos por uma questão de conveniência. Deste modo, o processo amostral não garante que a amostra seja representativa, pelo que os resultados desta só se aplicam a ela própria. Pode ser usada com êxito em situações nas quais seja mais importante captar ideias gerais ou identificar aspectos críticos, e não propriamente uma objectividade científica. Neste sentido foi utilizada a técnica de amostragem não-probabilística onde foi seleccionada uma amostra de conveniência que surgiu devido à convivência próxima com a direcção da organização a analisar, assim como dos elementos que a compõem. Deste modo foi possível uma economia de tempo, dadas as contingências temporais da realização da investigação.

5.2 Delineamento

O presente estudo é um estudo correlacional por pretender explorar as relações existentes entre duas variáveis, os Valores e o Psycap. Pretende-se saber se os Valores estão na base da manifestação dos atributos e dos comportamentos psicológicos positivos (Psycap). Como se trata de um estudo correlacional não são delineadas as variáveis independente e dependente, contudo é possível definir o grau de relação existente entre estas duas variáveis assim como definir a sua direcção (Pereira, 1999; Robson, 2002; Maroco, 2007). Com esta investigação pretende-se aprofundar conhecimentos sobre as temáticas definidas e explorar as relações entre elas.

5.3 Instrumento

Neste estudo foi utilizado um instrumento que congrega dois questionários independentes. Dele fazem parte um questionário de Valores, o Questionário de Valores de Schwartz, um Questionário do Capital Psicológico Positivo (Psycap), e ainda um terceiro grupo, o dos dados biográficos, onde é pedida alguma informação pessoal, salvaguardando o anonimato (ver Anexo B). Para garantir a sua adaptação, foi realizado um pré teste com 33 indivíduos de forma a verificar a sua consistência e características métricas.

No que concerne ao questionário de Valores de Schwartz este é baseado no modelo de Rokeach (1973) assim como na teoria de Inglehart (1977; 1990; 1997) (citado por Ramos, 2006) e corresponde à versão original de Shalom Schwartz. Este modelo define uma estrutura bidimensional que dá origem a quatro tipos de Valores, uma dimensão opõe a *auto-transcendência* e a *auto-promoção*, e a outra dimensão opõe a *abertura à mudança* e a *conservação*. Surgem assim 10 tipos de Valores distintos do ponto de vista motivacional, medidos através de uma lista de itens, na qual os indivíduos têm de dizer se se assemelha com a sua personalidade numa escala que oscila entre 1 (exactamente como eu) e 6 (não tem nada a ver comigo). Os Valores são a autonomia, estimulação, hedonismo, realização, poder, segurança, conformidade, tradição, benevolência e universalismo, e aquilo que os distingue é o tipo de objectivo motivacional que eles representam (Ros, et al., 1999). Esta escala de Schwartz é constituída por 21 pares de afirmações que reflectem os 10 tipos de Valores motivacionais. Os objectivos motivacionais são operacionalizados através da descrição da motivação da pessoa para atingir determinados objectivos.

Schwartz procedeu à análise do Alpha de Cronbach, o qual concluiu que o instrumento possui uma boa consistência interna (1992; 2001, citado por Ramos, 2006). Esta validação da teoria de Valores de Schwartz baseou-se em dados de 210 amostras de 67 países de todos os continentes, onde foi incluída uma diversidade em termos geográficos, linguísticos, religiosos, idade, género sexual e ocupação.

No que concerne ao Psycap este questionário é constituído por 40 afirmações, divididas por quatro escalas, que descrevem o pensamento do indivíduo sobre si próprio. Estas escalas têm subjacentes os quatro atributos do capital psicológico positivo: a esperança e a resiliência, o optimismo e a auto-eficácia/confiança. É usada uma escala do tipo *Likert*, que varia de 1 a 6, com o propósito de obter as respostas dos indivíduos.

A secção A avalia a esperança, e é constituída por 6 itens (três para o factor *agency* e três para o factor *pathways*) baseada na Escala da esperança do Adulto (Snyder et al., 1999). A *agency* está relacionada com a capacidade percebida pelo indivíduo para iniciar e manter as acções necessárias para atingir um objectivo, enquanto a *pathways* está relacionada com a capacidade do indivíduo para criar caminhos para atingir um objectivo. Nesta secção em cada afirmação é pedido aos sujeitos que seleccionem o grau em que cada afirmação melhor o descreve como pessoa, numa escala que varia entre 1 (definitivamente falso) e 6 (definitivamente verdadeiro). Os itens pares (2, 4 e 6) correspondem ao factor *agency*, e os itens ímpares (1, 3 e 5) remetem para o factor *pathways*. O valor total da escala é o somatório das pontuações dos 6 itens, quanto maior for o resultado maior é o nível de esperança. Um exemplo, o item 6: “Neste momento, sinto-me a alcançar os objectivos que estabeleci para mim mesmo (a)”, que pertence ao factor *pathways*.

A secção B avalia o optimismo, e é composta por um conjunto de 10 itens, nos quais é solicitado aos sujeitos que seleccionem o grau em que cada uma das afirmações melhor o descreve como pessoa, numa escala que varia entre 1 (discordo fortemente) e 6 (concordo fortemente). Os itens que avaliam o optimismo são os itens 1, 4 e 10. Os itens 2, 5, 6, e 8 são distractores, pelo que não são alvo de cotação assim como os itens 3, 7 e 9 que remetem para o pessimismo. O resultado final é obtido pelo somatório das pontuações dos 3 itens que avaliam o optimismo, sendo que pontuações elevadas são sinónimo de ter elevado valor de optimismo. Um exemplo desta escala é o item 4, “Sinto-me optimista quanto ao meu futuro”.

A secção C avalia a resiliência, e é medida através de uma escala de 14 afirmações, onde se solicita aos indivíduos que escolham o grau em cada uma dessas afirmações melhor se aplica a si, numa escala que varia entre 1 (não se aplica, de todo, a mim) e 6 (aplica-se fortemente a mim). Um exemplo ilustrativo desta escala é o item 3 “Gosto de lidar com situações novas e pouco usuais”. A pessoa tem um maior índice de resiliência quanto maior foi o resultado obtido na soma final dos 14 itens.

A secção D avalia a auto-eficácia/confiança, e é medida através de 10 itens onde é pedido aos sujeitos que classifiquem o modo como geralmente enfrentam problemas e dificuldades, utilizando uma escala que varia entre 1 (não se aplica, de todo, a mim) e 6 (aplica-se fortemente a mim). A soma dos 10 itens permite avaliar a maior ou menor capacidade de auto-eficácia. Um

exemplo de um item desta escala é o item 6: “Sou capaz de resolver a maior parte dos problemas, se investir o esforço necessário”.

A análise dos dados é efectuada através da soma das respostas dadas em cada uma das secções, à excepção da escala de optimismo, em que apenas os itens 1, 4 e 10 são considerados, já que os restantes itens, uns são factores distractores e outros medem o pessimismo.

5.4 Procedimento

O instrumento, composto pelo Questionário de Valores de Schwartz e o Questionário do Capital Psicológico Positivo (Psycap), antes de ser aplicado à amostra deste estudo, foi sujeito a uma avaliação, constituindo assim um pré-teste *à priori*. Foi pedido a duas colegas de trabalho que lessem o instrumento na íntegra, que o analisassem quanto à sua forma e conteúdo, e que dessem a sua opinião acerca de possíveis melhorias, para que o instrumento estivesse o mais claro e perceptível possível. Desta análise surgiu uma alteração. Nos níveis do Questionário de Valores de Schwartz foi substituído o nível cinco que estava descrito como “Nada parecida comigo” por “Não é parecido comigo” por assim haver uma maior diferenciação entre os níveis cinco e seis. Numa fase seguinte foi realizado um segundo pré-teste, mas agora *a posteriori*, na tentativa de explorar as qualidades métricas do instrumento. Sendo assim, o instrumento foi aplicado a 33 sujeitos. Após a recolha dos dados e a respectiva codificação, procedeu-se ao tratamento estatístico desses casos onde foram testadas as qualidades métricas (validade, fidelidade e sensibilidade) das escalas que constituem e o Questionário de Valores de Schwartz e o Psycap.

A aplicação inicial do instrumento, a 33 sujeitos, foi feita colectivamente na parte final de uma reunião, tempo cedido pelo presidente da organização. Após a explicação dos objectivos do questionário, e feito o pedido de colaboração aos participantes, foi deixada total liberdade de participar ou não. Foi pedido o máximo de sinceridade nas respostas e foram informados que não existia tempo limite para o preenchimento do questionário, assim como não existiam respostas certas ou erradas. Foi explicado também que o questionário era anónimo e os seus dados confidenciais, sendo apenas necessário preencher alguns elementos de identificação para caracterização da amostra. A aplicação não teve limite de tempo e os participantes demoraram, em média, 15 minutos a responder ao questionário. Pelo facto de haver um tempo limite para a realização da tese, e não terem existido outras reuniões nos meses subsequentes, os restantes

questionários foram entregues em mão, tendo sido feita a mesma explicação individualmente. A sua aplicação decorreu nos meses de Janeiro e Fevereiro de 2009.

O tratamento estatístico dos dados recolhidos foi realizado recorrendo ao SPSS versão 15.0. Este foi o software escolhido pois é considerado o software de manipulação, análise e apresentação de resultados de análises de dados de utilização predominante nas Ciências Sociais e Humanas (Maroco, 2007).

6. Resultados

O capítulo da análise dos resultados obtidos encontra-se dividido em quatro momentos. O primeiro momento diz respeito às qualidades métricas do questionário, no segundo momento recorreu-se à estatística descritiva, nomeadamente ao cálculo de médias, do desvio padrão e ainda à análise de medidas de dispersão, para de uma forma descritiva, caracterizar-se a amostra ao nível das variáveis estudadas e, no terceiro e quarto momentos consiste a testagem das hipóteses em estudo, com recurso a correlações de Pearson e regressões lineares múltiplas.

6.1 Qualidades Métricas

6.1.1 Análise das Qualidades Métricas do Instrumento (Pré-Teste)

Na tentativa de verificar uma primeira adequação das escalas que constituem o Psycap e o Questionário de Valores de Schwartz foram testadas as suas qualidades métricas (validade, fidelidade e sensibilidade). Desta análise inicial de 33 sujeitos, os resultados obtidos foram aceitáveis pelo que não sugeriu a reformulação de nenhum dos itens.

A consistência interna das escalas foi testada através do Alpha de Cronbach. Os itens que compõem as escalas do Psycap revelaram possuir boa consistência interna, enquanto os itens que compõem as escalas dos Valores de Schwartz obtiveram resultados mais baixos, embora tenham revelado uma mediana consistência interna (ver Tabela 1).

Tabela1

Alpha de Cronbach das escalas do Psycap e dos Valores de Schwartz (Pré-Teste)

	Escalas	Alpha Cronbach
Psycap	esperança	.81
	optimismo	.74
	resiliência	.79
	auto-eficácia	.92
Escala de Valores de Schwartz	auto-transcendência	.66
	auto-promoção	.52
	conservação	.54
	abertura à mudança	.76

Após testada a fidelidade procedeu-se à análise da validade através da análise factorial, com o objectivo de identificar o número de factores presentes. A análise factorial é um método de extracção de componentes principais a partir de uma amostra, é um procedimento estatístico com elevada aceitação em Ciências Sociais (Maroco, 2007). Para garantir que a análise factorial

poderia ser executada, foi realizado o teste de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) e o teste de Esfericidade de Bartlett. Optou-se por fazer a análise factorial às subescalas, e não a todos os itens, devido ao reduzido número de casos. Os resultados obtidos sugerem que as escalas têm bons valores de saturação e bons níveis de significância, embora os valores do KMO sejam fracos. Este facto deve-se à reduzida dimensão da amostra que não permite uma análise rigorosa. Os resultados mais baixos foram obtidos nas escalas dos Valores de Schwartz (ver Tabela 2).

Tabela 2

Análise Factorial das escalas do Psycap e dos Valores de Schwartz (Pré-Teste)

	Escalas	<i>p-value</i>	KMO	Variância Total
Psycap	esperança	.00	.69	69%
	optimismo	.00	.75	73%
	resiliência	.00	.60	69%
	auto-eficácia	.00	.84	70%
Escala de Valores de Schwartz	auto-transcendência	.00	.56	66%
	auto-promoção	.02	.53	70%
	conservação	.00	.50	75%
	abertura à mudança	.00	.53	84%

Testada a validade e a fidelidade, procedeu-se à análise da sensibilidade através da análise da distribuição dos resultados. Esta análise foi feita para os itens individualmente e depois para os sub-totais de cada escala. Inicialmente foram calculados os coeficientes de assimetria e curtose, e depois foi realizado um teste à sua normalidade através do teste Kolmogorov-Smirnov (K-S). Os cálculos da assimetria, valor dado pelo quociente entre a simetria e o seu erro padrão, revelam que a distribuição é simétrica pois os valores obtidos encontram-se dentro do intervalo correspondente à curva normal,] -1.96 a 1.96 [. Os cálculos da curtose, valor dado pelo quociente entre a curtose e o seu erro padrão, revelam igualmente uma distribuição normal visto todos os resultados obtidos estarem dentro do intervalo correspondente à curva normal (ver Tabela 3). Para corroborar os dados obtidos foi realizado o teste K-S de aderência à curva normal, que demonstrou que a distribuição é normal, para um *p-value* de 0.05.

Tabela 3

Parâmetros da normalidade das escalas do Psycap e dos Valores de Schwartz (Pré-Teste)

	Escalas	Coefficiente de Assimetria	Coefficiente de Curtose	Kolmogorov-Smirnov (K-S)
Psycap	esperança	-.12	-1.1	.27
	optimismo	-.81	-.64	.17
	resiliência	-1.60	.32	.83

	auto-eficácia	-41	-.20	.80
Escala de Valores de Schwartz	auto-transcendência	.06	-.71	.90
	auto-promoção	.11	-.94	.92
	conservação	1.18	-.33	.63
	abertura à mudança	1.18	-.33	.63

A análise dos dados permite concluir que o instrumento possui boa consistência interna visto todos os Alfa de Cronbach estarem acima de 0.50, e as escalas têm bons valores de saturação. A distribuição é normal. Por conseguinte, o instrumento, composto pelo Questionário de Valores de Schwartz e o Questionário do Capital Psicológico Positivo (Pyscap), mantém-se imutável. Desta forma, os 33 resultados obtidos foram automaticamente integrados na amostra final.

Num segundo período, e após a recolha de todos os dados, foi elaborada uma análise descritiva e foram analisadas as qualidades métricas do instrumento.

6.1.2 Análise das Qualidades Métricas do Pyscap

Fidelidade – consistência interna através Alpha de Cronbach.

A consistência interna foi testada para a totalidade dos itens e para as quatro dimensões do Pyscap através do Alpha de Cronbach (ver Tabela 4).

Tabela 4

Alpha de Cronbach dos quatro factores que constituem o Pyscap

	Escalas	Itens que compõem o modelo teórico	Alpha Cronbach Pyscap	Alpha Cronbach de cada dimensão	Alpha Cronbach escala optimismo com item 5
Pyscap	esperança	1 a 6 da secção A	0,90	.77	-
	optimismo	1, 4 e 10 da secção B		.62	.69
	resiliência	1 a 14 da secção C		.74	-
	auto-eficácia	1 a 10 da secção D		.88	-

O instrumento revelou possuir boa consistência interna. Enquanto para a escala da auto-eficácia os valores indicam uma boa consistência interna, nas restantes escalas a consistência interna é moderada. Nomeadamente na escala optimismo, foi necessária uma análise mais detalhada na tentativa de aumentar o valor geral do Alpha, que acabou por ser conseguido com a

introdução do item cinco, que agrega com os restantes. Assim houve um ligeiro aumento do valor de 0.62 para 0.69.

Validade de constructo – análise factorial.

A validade traduz o grau em que um teste mede o que visa medir (Freeman, 1962). Neste sentido foi realizada uma análise factorial à totalidade dos itens que compõem o Psycap, tendo sido obtido um valor médio ($KMO = 0,81$) (ver Anexo C 1). O valor de KMO é considerado aceitável a partir de 0,7, e se conjugado com o teste de Esfericidade de Bartlett com um p -value $<.001$, pode concluir-se que as variáveis se correlacionam significativamente (Pereira, 1999; Maroco, 2007). Teoricamente era esperado que emergissem quatro factores que medissem as quatro dimensões do Psycap, visto cada uma delas ser medida por uma sub-escala diferente. Contudo, os resultados da análise factorial, através do método de componentes principais e rotação *varimax*, encontraram nove factores com *eigenvalues* superiores a um que explicam 67% da variância (ver Anexo C 1). Esta estrutura factorial não segue o agrupamento de itens descrito pela teoria. Neste sentido, forçou-se a análise factorial a quatro factores na tentativa de procurar um melhor ajustamento dos dados à estrutura esperada. Da análise proposta surge um valor de KMO de 0.87, e os quatro factores permitem explicar 77% da variância total explicada pelos itens (ver Anexo C 2).

Os resultados obtidos não vão de encontro ao que já foi anteriormente teorizado. Os resultados obtidos na análise factorial poderão ter sido afectados pela influência de factores contextuais ou sociais, ou mesmo pelo tamanho da amostra em estudo ser reduzida. Na literatura não há um consenso sobre o tamanho ideal da amostra em estudos empíricos, contudo parece haver alguma tendência para que a amostra superior a 100 indivíduos seja uma das conjecturas mais votadas. Nesta investigação, em particular, a amostra é constituída por 110 indivíduos, o que não se afasta muito do limiar aceitável, podendo este ser um facto a ter em consideração aquando a análise dos resultados. Seguidamente foram analisadas separadamente as quatro dimensões do Psycap, na tentativa de perceber se a estrutura factorial da amostra se ajusta à estrutura esperada. Foi realizada a análise factorial através do método de componentes principais e rotação *varimax* a cada uma das dimensões. De seguida, serão apresentados os resultados de cada uma destas análises, considerando-se novamente o valor 0,45 o ponto a partir do qual um item satura num factor.

Na sub-escala esperança (composta pelos itens 1 a 6 da secção A), emergiram dois factores com *eigenvalues* superiores a um que explicam 64% da variância total. O valor KMO é médio (0.76). O primeiro factor é composto pelos itens 2, 4 e 6 que explica 47% da variância, e o segundo factor é composto pelos itens 1, 3 e 5 que explica 17% da variância. (ver Anexo C 3).

Na sub-escala optimismo (composta pelos itens 1 a 10 da secção B), emergiram quatro factores com *eigenvalues* superiores a um que explicam 67% da variância total. O valor KMO é razoável (0,65). O primeiro factor é composto pelos itens 1, 4, 5 e 10 que explica 28% da variância. O segundo factor é composto apenas pelo item 7 que explica 16% da variância. O terceiro factor é composto pelos itens 5 e 6 que explica 12% da variância. O quarto factor é composto pelos itens 2 e 3 que explica 11% da variância. Ressalva-se que é esperado, pela teoria, que apenas os itens 1, 4 e 10 componham esta escala, já que os restantes itens são distractores ou pertencentes ao pessimismo, sem interesse no estudo. Contudo, tal como anteriormente referido, o item 5 agrega com os restantes, pelo que foi integrado nesta dimensão. A análise factorial permitiu encontrar o agrupamento destes quatro itens num factor comum (ver Anexo C 4).

Na sub-escala resiliência (composta pelos itens 1 a 14 da secção C), emergiram cinco factores com *eigenvalues* superiores a um que explicam 64% da variância total. O valor KMO é razoável (0.70). O primeiro factor é composto pelos itens 1, 3, 4, 6, 11, e 13 que explica 27% da variância. O segundo factor é composto pelos itens 7 e 8 que explica 13% da variância. O terceiro facto é composto pelos itens 9 e 10 que explica 9% da variância. O quarto é composto pelo item 2 e explica 8% da variância. O quinto factor é composto pelo item 5 e explica 7% da variância (ver Anexo C 5).

Na sub-escala auto-eficácia (composta pelos itens 1 a 10 da secção D), emergiram dois factores com *eigenvalues* superiores a um que explicam 61% da variância total. O valor KMO é bom (0.87). O primeiro factor é composto pelos itens 1, 4, 5, 6, 7 e 8 que explica 49% da variância. O segundo factor é composto pelos itens 2, 3 e 10 que explica 12% da variância. O item 9 satura em ambos os factores (0.52) (ver anexo C 6).

Tabela 5

Resumo da análise factorial das quatro escalas do Psycap

	Escalas	Itens do modelo teórico	p-value	KMO	Variância Total
Psycap	esperança	1 a 6 da secção A	.00	.76	64%
	optimismo	1, 4, 5 e 10 da secção B	.00	.65	67%
	resiliência	1 a 14 da secção C	.00	.70	64%
	auto-eficácia	1 a 10 da secção D	.00	.87	61%

Na estrutura factorial esperada para este questionário previa-se que cada secção fosse composta apenas por um único factor que medisse um constructo único. Contudo, isso não se verificou na maioria das escalas, à excepção da sub-escala optimismo que agrupou num único factor os itens que o avaliam, visto os outros factores medirem itens que são distractores ou que medem o pessimismo. Pelo facto da estrutura do Psycap proposta por Luthans ter um maior reconhecimento teórico e ter sido validada com amostras maiores, foi decidido manter a estrutura factorial inicial, por se acreditar ser mais robusta.

Sensibilidade.

A sensibilidade foi testada através da análise da distribuição dos resultados. Esta análise foi feita para os itens individualmente e depois para os sub-totais de cada escala. Inicialmente foram calculados os coeficientes de assimetria e curtose, e depois foi realizado um teste à sua normalidade através do teste Kolmogorov-Smirnov (K-S). Os cálculos da assimetria, valor dado pelo quociente entre a simetria e o seu erro padrão, revelam que a distribuição é simétrica pois os Valores obtidos encontram-se dentro do intervalo correspondente à curva normal,] -1,96 a 1,96 [, à excepção da escala optimismo que apresenta resultados fora do intervalo (-3,38) (ver Tabela 6). Os cálculos da curtose, valor dado pelo quociente entre a curtose e o seu erro padrão, revelam igualmente uma distribuição normal na maioria das escalas, excepto na escala optimismo (2,36) (ver Tabela 6). Seguidamente foi realizado o teste de normalidade Kolmogorov-Smirnov (K-S) de aderência à curva normal, que demonstrou que, para um *p-value* de 0,05, a distribuição é normal na maioria das escalas. À semelhança do cálculo dos coeficientes de assimetria e curtose, a escala de optimismo obteve um valor que evidencia que a distribuição não é normal (0,01) (ver Tabela 6).

Tabela 6

Parâmetros da normalidade das escalas do Psycap

	Escalas	Itens que compõem o modelo teórico	Coefficiente de Assimetria	Coefficiente de Curtose	Kolmogorov-Smirnov (K-S)
Psycap	esperança	1 a 6 da secção A	-.42	-1.9	.26
	optimismo	1, 4 e 10 da secção B	-3.4	2.4	.01
	resiliência	1 a 14 da secção C	-.79	.82	.09
	auto-eficácia	1 a 10 da secção D	-.16	.18	.84

6.1.3 Análise das Qualidades Métricas da Escala de Valores de Schwartz

Fidelidade – consistência interna através Alpha de Cronbach.

A consistência interna foi testada para a totalidade dos itens e para as quatro dimensões da Escala de Valores de Schwartz através do modelo de Alpha de Cronbach (ver Tabela 7).

Tabela 7

Alpha de Cronbach das escalas de Valores de Schwartz

	Escalas	Itens do modelo teórico	Alpha Cronbach dos 21 itens	Alpha Cronbach de cada dimensão
Escala Valores de Schwartz	auto-transcendência	3,8,12,18,19	.82	.77
	auto-promoção	2,4,13,17		.61
	conservação	5,7,9,14,16,20		.73
	abertura à mudança	1,6,10,11,15,21		.74

Deste modo, os 21 itens apresentam uma boa consistência interna (0,82), o que permite afirmar que o instrumento parece ser consistente pois mede o constructo geral – os Valores (ver Tabela 7). Todas as escalas que constituem a Escala da Valores de Schwartz possuem uma moderada consistência interna, destacando a escala auto-promoção por ser a que possui o valor mais baixo (0,61) (ver Tabela 7).

Validade de constructo – análise factorial.

Antes de iniciar a análise da validade propriamente dita, testou-se o grau de adequação da análise factorial à amostra em estudo, onde foi analisado o valor de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) e o teste de Esfericidade de Bartlett. O coeficiente encontrado foi bom (0,74) (ver Anexo D 1), reunindo assim as condições necessárias para dar continuidade à análise factorial.

A estrutura factorial encontrada para o questionário, através do método de componentes principais e rotação *varimax* encontrou 6 factores com *eigenvalues* superiores a um, os quais explicam 66% da variância total (ver Anexo D 1). Esta estrutura é diferente da estrutura teórica encontrada por Schwartz. Assim, optou-se por forçar a análise factorial a quatro factores para ver se era possível encontrar um melhor ajustamento dos dados à estrutura teórica (ver Anexo D 3). Os resultados obtidos revelam que os quatro factores encontrados têm um valor KMO médio (0,74), e explicam 54% da variância total, sendo este valor consideravelmente inferior ao da

análise factorial anterior com os seis itens. Nesta estrutura o item 2 não tem uma saturação acima dos 0,45 em nenhum factor (ver Anexo D 2).

A tabela seguinte permite uma comparação mais minuciosa das várias estruturas de itens analisadas.

Tabela 8

Tabela de comparação das várias estruturas de itens nas Escalas de Valores de Schwartz

Estrutura de saturação com 6 itens		
Factor	Itens que o compõem	% Que explica a variância
Factor 1	1, 10, 11, 12 e 18	24%
Factor 2	3, 14, 16, 19 e 20	15%
Factor 3	6, 15 e 21	8%
Factor 4	4 e 13	7%
Factor 5	8 e 9	6%
Factor 6	5, 7 e 17	5%
Estrutura com saturação com 4 itens		
Factor 1	3, 7, 8, 9, 10, 11, 12 e 18	24%
Factor 2	1, 2, 5, 13, 15 e 21	14%
Factor 3	14, 16, 19 e 20	9%
Factor 4	4, 6 e 17	7%
Estrutura de Schwartz		
Sub-dimensão	Itens	Dimensão
benevolência	12, 18	auto-transcendência
universalismo	3, 8, 9	
poder	2, 17	auto-promoção
realização	4, 13	
conformidade	7, 16	conservação
segurança	5, 14	
tradição	9, 20	
autonomia	1, 11	abertura à mudança
estimulação	6, 15	
hedonismo	10, 21	

Os resultados obtidos na teoria que suporta este questionário não se coadunam de todo com os resultados obtidos no presente estudo. Por conseguinte, optou-se por estudar a estrutura factorial conforme proposto por Schwartz, por possuir um maior reconhecimento teórico e ter sido validada com amostras maiores. O próprio Schwartz, nas suas investigações (Schwartz, 2008), encontra resultados baixos de fidelidade e validade justificando, por um lado, que cada item contém duas formas diferentes de expressar o que é essencialmente a motivação para o mesmo objectivo, e por outro lado, o facto de haver um reduzido número de itens que é utilizado

para medir conceitos relativamente abrangentes. Sendo assim, foi realizada uma análise factorial a cada uma das dimensões da Escala de Valores de Schwartz. Nas escalas auto-transcendência, auto-promoção, e conservação emergiram um factor isolado em cada uma das escalas, que explicam 54%, 48% e 43%, respectivamente, da variância total. Na escala abertura à mudança emergiram dois factores que explicam 63% da variância (ver Anexo D 4).

Tabela 9

Resumo da análise factorial da Escala de Valores de Schwartz

	Escalas	<i>p-value</i>	KMO	Variância Total
Escala Valores de Schwartz	auto-transcendência	.00	.79	54%
	auto-promoção	.00	.62	48%
	conservação	.00	.70	43%
	abertura à mudança	.00	.72	63%

Os resultados obtidos não se coadunam com a estrutura teórica, talvez por possíveis efeitos de contexto, dado se tratar de uma temática que vai sofrendo alterações em cada sociedade. Os Valores são dimensões facilmente mutáveis de acordo com o grupo a que pertencemos, ou a sociedade onde vivemos. Para além deste facto poder ser relevante para os resultados obtidos, existe um outro que é necessário reflectir, e que diz respeito à dimensão da amostra. Neste estudo a amostra é bastante reduzida quando comparada com a amostra estudada por Schwartz.

Sensibilidade.

Para testar a sensibilidade do questionário de Valores foram calculados os coeficientes de assimetria e curtose e foi efectuado um teste de normalidade Kolmogorov-Smirnov (K-S) para cada um dos factores em estudo. Os cálculos da assimetria revelam que a maioria das escalas possui uma distribuição normal, à excepção da escala auto-transcendência que apresenta resultados fora do intervalo (3,8) (ver Tabela 9). Os cálculos da curtose revelam igualmente uma distribuição normal na maioria das escalas, excepto na escala auto-transcendência (4,65) (ver Tabela 9). Seguidamente foi realizado o teste de normalidade Kolmogorov-Smirnov (K-S) de aderência à curva normal, que demonstrou que, para um *p-value* de 0,05, a distribuição é normal na maioria das escalas (ver Tabela 9). À semelhança do cálculo dos coeficientes de assimetria e

curtose, a escala de auto-transcendência obteve um valor que evidencia que a distribuição não é normal (0,05) (ver Tabela 9).

Tabela 9

Parâmetros da normalidade dos factores da Escala de Valores de Schwartz

	Escalas	Itens que compõem o modelo teórico	Coefficiente de Assimetria	Coefficiente de Curtose	Kolmogorov-Smirnov (K-S)
Escala Valores de Schwartz	auto-transcendência	3,8,12,18,19	3.8	4.65	.05
	auto-promoção	2,4,13,17	-.32	-1.99	.27
	conservação	5,7,9,14,16,20	.49	-1.07	.62
	abertura à mudança	1,6,10,11,15,21	2.26	-.39	.13

6.2 Análise da Estatística Descritiva

Após a análise da estatística descritiva é possível confirmar que não existem *missing values*, pois todos os participantes deram algum tipo de resposta em cada um dos itens propostos. Tanto as escalas do Psycap como as dos Valores de Schwartz apresentam resultados algo semelhantes no que concerne à média, embora as primeiras obtenham resultados mais elevados do que as segundas (ver Tabela 10). Na análise das medidas de dispersão, é possível verificar que todas as escalas dos Valores de Schwartz apresentam como valor mínimo um, e o valor máximo oscila entre cinco para as escalas da auto-transcendência e auto-promoção, e quatro para as escalas de conservação e abertura à mudança. O desvio-padrão nestas escalas é superior a 0,70 (ver Anexo E). No que diz respeito às escalas do Psycap, estas apresentam como valor mínimo dois, à excepção da escala resiliência que é três, e o valor máximo oscila entre cinco nas escalas esperança, resiliência e seis nas escalas optimismo e auto-eficácia. O desvio-padrão apresenta Valores mais baixos (acima de 0,50) do que nas escalas de Schwartz (ver Anexo E).

Tabela 10

Tabela resumo das médias das escalas do Psycap e dos Valores de Schwartz

	Escalas	Média
Psycap	esperança	4,36
	optimismo	4,51
	resiliência	4,33
	auto-eficácia	4,35
	optimismo (item 5)	4,68
Escala Valores de Schwartz	auto-transcendência	2,33
	auto-promoção	3,47

	conservação	2,93
	abertura à mudança	2,55

6.3 Análise Correlacional

Após a análise das qualidades métricas do instrumento e da estatística descritiva, foi realizada uma análise de correlações, com o objectivo de explorar as relações entre as escalas dos Valores e do Psycap. Para tal foi utilizado o coeficiente de correlação de Pearson, por se tratar de variáveis de nível intervalar. O coeficiente de correlação de Pearson é uma medida de associação linear entre variáveis quantitativas e varia de -1 a 1 (Guéguen, 1999; Maroco, 2007).

Dos resultados obtidos podemos concluir que, para um grau de confiança de 99%, apenas as escalas conservação e auto-transcendência; abertura à mudança e auto-transcendência; abertura à mudança e auto-promoção apresentam correlações significativas entre si e todas as correlações encontradas são positivas. A escala da auto-transcendência apresenta a correlação positiva mais elevada com a escala da conservação (0,53) (ver Tabela 11).

Tabela 11

Matriz de correlações das escalas de Valores de Schwartz

	Escalas	Auto-transcendência	Auto-promoção	Conservação	Abertura à mudança
Escala Valores de Schwartz	auto-transcendência	-	.13	.53**	.41**
	auto-promoção		-	.07	.48**
	conservação			-	.11
	abertura à mudança				-

** $p \leq .01$

Para além da análise das quatro dimensões foi efectuada uma análise correlacional aos 10 Valores isolados. Dos resultados obtidos podemos concluir que a maioria se correlaciona entre si, e todas as correlações são positivas, o que consolida a teoria subjacente, demonstrando uma boa validade de constructo do instrumento. Os resultados mais elevados encontram-se entre os Valores tradição e conformidade (0.62), tradição e universalismo (0.60) e benevolência e universalismo (0.61) (ver Tabela 12).

Tabela 12

Matriz de correlações dos Valores de Schwartz

	Valores	Poder	Realização	Hedonismo	Estimulação	Autonomia	Benevolência	Tradição	Conformidade	Universalismo	Segurança
Valores de Schwartz	poder	-	.42**	.14	.30**	.34**	-.08	.04	.13	-.03	.08
	realização		-	.34**	.43**	.29**	.25**	-.01	-.03	.19*	.10
	hedonismo			-	.44**	.48**	.50**	.22*	.12	.31**	.06
	estimulação				-	.30**	.02	.04	-.05	.27**	-.10
	autonomia					-	.43**	.10	.18	.27**	.12
	benevolência						-	.47**	.30**	.61**	.24*
	tradição							-	.62**	.60**	.45**
	conformidade								-	.37**	.40**
	universalismo									-	.32**
	segurança										-

* $p \leq .05$, ** $p \leq .01$

O mesmo procedimento foi efectuado para as escalas do Psycap. Para um grau de confiança de 99%, todas as escalas apresentam correlações positivas e significativas entre si. A correlação mais elevada pertence à escala resiliência com a escala auto-eficácia (0,68), e a correlação mais baixa encontrada é entre o optimismo e a resiliência (0,48). De notar que foi feita a análise da escala optimismo, com a versão original assim como com a integração do item cinco, o que revelou que não existem diferenças significativas nos resultados obtidos (ver Tabela 13).

Tabela 13

Matriz de correlações das escalas do Psycap

	Escalas	Esperança	Optimismo	Resiliência	Auto-eficácia	Optimismo (item 5)
Psycap	esperança	-	.63**	.57**	.61**	.59**
	optimismo		-	.48**	.59**	.96**
	resiliência			-	.68**	.47**
	auto-eficácia				-	.58**

** $p \leq .01$

Por fim foram analisadas as associações existentes entre as quatro escalas de Valores de Schwartz e depois os 10 Valores isolados, com as capacidades psicológicas dadas pelo Psycap, no sentido de procurar clarificar se determinados Valores estão na base da manifestação dos comportamentos psicológicos positivos. De salientar que no questionário do Psycap os valores mais próximos de seis (e.g. “Definitivamente Verdadeiro”) demonstravam uma maior ligação com o estado descrito, enquanto no questionário do Schwartz a escala foi invertida, e o valor seis (“Não tem nada a ver comigo”) evidencia um maior afastamento do valor descrito. Por conseguinte, os resultados a seguir apresentados vão ter em consideração esta inversão da escala,

pele que as correlações negativas serão representadas como positivas. Os resultados obtidos demonstram a existência de correlações entre algumas das escalas. As escalas da auto-transcendência assim como a de abertura à mudança encontram-se relacionadas com todas as escalas do Psycap. Por sua vez, as escalas auto-promoção e conservação não apresentaram quaisquer relações com as escalas do Psycap (ver Tabela 14). Estes resultados confirmam-se aquando da análise dos Valores isoladamente, à excepção da escala optimismo que não apresenta correlação com a autonomia, e estimulação (escala abertura à mudança). O optimismo quando analisado com a introdução do item 5, passa a ter correlação com o Hedonismo (ver Tabela 15).

Tabela 14

Matriz das correlações entre as escalas de Valores de Schwartz e as escalas do Psycap

	Escalas	Psycap				
		Esperança	Optimismo	Resiliência	Auto-eficácia	Optimismo (item 5)
Escala Valores de Schwartz	auto-transcendência	.25**	.34**	.34**	.29**	.32**
	auto-promoção	-.04	-.08	.04	.12	-.08
	conservação	.06	.17	.16	.15	.15
	abertura à mudança	.31**	.20*	.43**	.33**	.21*

* $p \leq .05$, ** $p \leq .01$

Tabela 15

Matriz de correlações dos Valores de Schwartz com as escalas do Psycap

	Escalas Psycap	Esperança	Optimismo	Resiliência	Auto-eficácia	Optimismo (item 5)
Valores de Schwartz	poder	-.08	-.07	.11	.18	-.09
	realização	.01	-.07	-.02	.05	-.04
	hedonismo	.19*	.16	.31**	.27**	.20*
	estimulação	.25**	.17	.30**	.15	.17
	autonomia	.29**	.13	.40**	.38**	.10
	benevolência	.21*	.20*	.29**	.31**	.21*
	tradição	.08	.24*	.20*	.21*	.21*
	conformidade	-.02	-.09	.14	.07	.09
	universalismo	.24*	.38**	.32**	.23*	.34**
	segurança	.07	.10	.05	.09	.06

* $p \leq .05$, ** $p \leq .01$

Em seguida, na tentativa de avaliar a forma das correlações entre as escalas de Valores de Schwartz e as escalas do Psycap, procedeu-se à sua análise gráfica (ver Anexo F 6). Da análise do

Gráfico 1 é possível observar que a maioria dos pontos se distribuem segundo uma forma mais ou menos uniforme, sugerindo a eliminação de alguns casos que fogem à normalidade, designados *outliers* (ver Gráfico 1). Os *outliers* são observações extremas, não-características, que apresentam resíduos diferentes dos resíduos das outras observações (Fox, 1997; Draper & Smith, 1998; Maroco, 2007). Tal acontece entre as escalas conservação e optimismo; e conservação e auto-eficácia. A eliminação dos casos iguais ou superiores a 3.5 na escala conservação, em ambas as correlações, permitiu um aumento da correlação entre as escalas (ver Tabela 16 e ver Anexo F 7 e F 8). Este processo não será apresentado para as restantes correlações pois a sua análise prévia demonstrou que mesmo retirando os *outliers* não haveria alteração nos resultados.

Gráfico1

Análise gráfica das correlações conservação e optimismo/ conservação e auto-eficácia

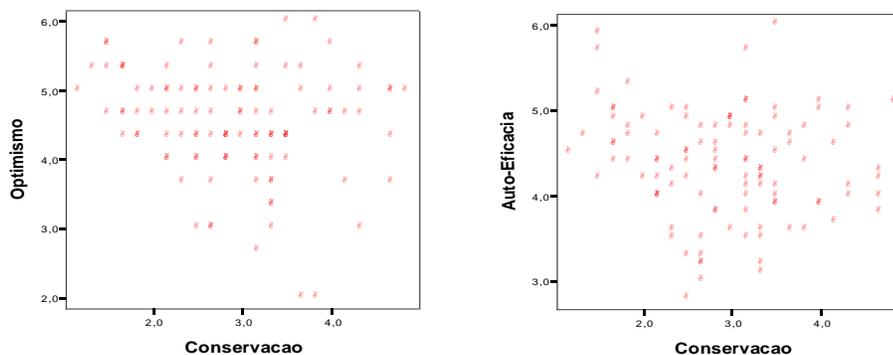


Tabela 16

Correlações entre conservação e optimismo / conservação e auto-eficácia

	Com todos casos N=110	Sem outliers
Conservação e Optimismo	.17	.33**
Conservação e Auto-eficácia	.15	.24*

* $p \leq .05$, ** $p \leq .01$

Nos objectivos do estudo apresentados nas quatro hipóteses, propunha-se encontrar uma relação positiva entre a auto-transcendência e as escalas esperança e resiliência e a abertura à mudança e as escalas auto-eficácia e optimismo, respectivamente. Todas as hipóteses se confirmaram, existindo uma relação significativa no sentido proposto. Porém surgiram outros resultados, igualmente interessantes, os quais importa analisar com maior detalhe. Todas as escalas do Psycap apresentam correlações com as escalas auto-transcendência e abertura à mudança (ver Tabela 14). Por conseguinte, a título exploratório, justifica-se o recurso às regressões, na tentativa de decifrar quais os Valores que têm maior influência nas capacidades

psicológicas positivas. A correlação e a regressão são dois métodos de análise que estão associados, enquanto a primeira está associada à força da associação, a segunda está associada à realização de previsões da variável dependente (Guéguen, 1999; Pereira, 1999; Robson, 2002; Maroco, 2007).

6.4 *Análise de Regressão*

A análise de regressão analisa as relações associativas entre a variável dependente e uma ou mais variáveis independentes, indicando a forma e grau com que um conjunto de variáveis, ditas explicativas, determinam a variável dependente. Assim, quanto mais perto de 1, maior é a percentagem da variação de uma variável explicada pelas variáveis independentes (Maroco, 2007). Nesta investigação foram utilizadas regressões lineares múltiplas por se tratar de variáveis de nível intervalar, onde cada uma das dimensões do Psycap se considerou como variável dependente e como variáveis independentes/preditoras os Valores pertencentes às escalas abertura à mudança (autonomia, estimulação e hedonismo) e auto-transcendência (universalismo e benevolência). Recorde-se que a escala de Valores de Schwartz foi invertida, pelo que os resultados negativos serão assumidos como positivos. Trata-se assim de um estudo exploratório entre os Valores das escalas abertura à mudança e auto-transcendência com as escalas do Psycap. Na verdade foram testados vários modelos de regressão, mas apenas serão apresentados os principais.

6.4.1 *Impacto dos Valores na Dimensão Esperança*

Esperança = f (autonomia estimulação hedonismo universalismo benevolência)

A primeira regressão englobou os Valores (autonomia, estimulação, hedonismo, universalismo e benevolência) como variáveis independentes e a esperança com variável dependente. Os resultados obtidos da equação inicial, em que foram introduzidas todas as variáveis independentes no modelo, são os seguintes (ver Anexo G 1):

$$R_a^2 = 0,10$$

$$F_{(5,104)} = 3,32, p = 0,01$$

$$\text{Esp} = F_{(5,104)} = 3,32, p = 0,01; R_a^2 = 0,10$$

Os resultados apontam para que o conjunto de variáveis independentes explique cerca de 10% do comportamento da variável dependente. Este resultado pode ser melhorado após estudo dos pressupostos da regressão, como se constata em seguida.

Investigou-se a normalidade, a homocedasticidade e a multicolinearidade. A normalidade de resíduos foi validada através de uma análise gráfica, o que permite inferir que os resíduos estandardizados se distribuem segundo o eixo representativo da distribuição normal, e foi realizado o teste à normalidade Kolmogorov-Smirnov (K-S) (ver Anexo G 1.1). Deste modo, conclui-se que os resíduos indicam a não violação da normalidade. Da análise dos *outliers* verificou-se existir apenas um caso (ver Anexo G 1.1). A exclusão deste caso da análise permite aumentar o coeficiente de determinação múltiplo para $R_a^2 = 0,12$ (ver Anexo G 1.1).

A homocedasticidade prende-se com a variância constante dos resíduos, ou seja, uma dispersão é homocedástica quando o padrão de distribuição dos pontos em relação ao eixo horizontal é aproximadamente constante em torno de 0 (Maroco, 2007). Esta foi testada graficamente, onde é possível verificar que a maioria dos pontos do gráfico se distribuem segundo uma forma mais ou menos rectangular, o que permite concluir acerca do cumprimento do pressuposto de homogeneidade de variância dos resíduos (ver Anexo G 1.2).

A multicolinearidade é a associação entre variáveis independentes, pelo que em situações óptimas estas não estão correlacionadas (Fox, 1997; Draper & Smith, 1998; Maroco, 2007). É importante fazer o diagnóstico da multicolinearidade, em particular nos modelos exploratórios, para que os objectivos de estimação e análise inferencial dos coeficientes de regressão possam ser executados com confiança (Maroco, 2007). A multicolinearidade foi aferida através da análise da matriz de correlações entre as variáveis independentes, pela tolerância e VIF (*Variance Inflation Factor*) e ainda pela proporção de variância. Os resultados obtidos na matriz de correlações suscitam algumas dúvidas relativamente à existência de multicolinearidade pois algumas das correlações são de magnitude média. Contudo, os outros procedimentos efectuados revelaram a não existência de multicolinearidade; com efeito, os resultados da tolerância são superiores a 0,1 e da VIF são inferiores a 10^1 (ver Anexo G 1.3).

Estes resultados contraditórios na análise da multicolinearidade aconselharam o uso do método *stepwise* na regressão. Procurou-se também, com o *stepwise*, obter um modelo mais

¹ Na tolerância o valor limite abaixo do qual há multicolinearidade é 0,1, e na VIF é em valores superiores a 10 (Maroco, 2007).

parcimonioso. Estes resultados mostram que a esperança depende da autonomia ($R^2= 0,09$) e do universalismo ($R^2= 0,13$) e que o nível de dependência é de 11,5% (ver Anexo G 1.4). Não sendo um valor muito elevado, ele é contudo normal em ciências sociais e humanas, onde a existência de múltiplas variáveis externas e interação entre elas é determinante em todos os estudos.

Averiguados e redefinidos os pressupostos, procedeu-se à análise de regressão linear múltipla, da qual surge a seguinte equação (ver Anexo G1.1 e G.1.3).

$$R_a^2=0,12 \quad \text{Esp} = 0,21 (\text{Est}) -0,07 (\text{Hed}) + 0,20 (\text{Aut}) + 0,10 (\text{Univ}) + 0,15 (\text{Ben})$$

$$F_{(5,103)} = 3,93, p= 0,00 \quad (t= 1,81, \text{ns}), (t= -0,56, \text{ns}), (t= 1,95, p=0,05), (t= 0,87, \text{ns}), (t= 1, 10, \text{ns})$$

6.4.2 Impacto dos Valores na Dimensão Resiliência

Resiliência= f (autonomia estimulação hedonismo universalismo benevolência)

Para responder à hipótese dois foi feita a segunda regressão que englobou os Valores (autonomia, estimulação, hedonismo universalismo e benevolência) como variáveis independentes e a resiliência com variável dependente. A regressão linear múltipla permitiu delinear a seguinte equação inicial (ver Anexo G 2).

$$R_a^2=0,20 \quad \text{Res} = F_{(5,104)} = 6,34, p= 0,000; R_a^2=0,20$$

$$F_{(5,104)} = 6,34, p= 0,00$$

O conjunto das variáveis independentes explica cerca de 20% do comportamento da variável dependente. Este resultado pode ser melhorado após estudo dos pressupostos da regressão: normalidade, homocedasticidade e multicolinearidade. De acordo com os gráficos e com o teste à normalidade pode concluir-se que os resíduos apresentam uma distribuição normal e variância constante e as variáveis independentes presentes no modelo não são colineares (ver Anexos G2.1, G2.2 e G2.3). Da análise dos *outliers*, à semelhança da variável esperança, apenas se destacou o caso 86, pelo que se retirou, uma vez que aumenta o coeficiente de determinação múltiplo para $R_a^2= 0,24$ (ver Anexo G 2.1).

Com o recurso ao método *stepwise* podemos concluir que a resiliência depende da autonomia ($R^2= 0,17$) e do universalismo ($R^2= 0,24$) e, que esta variabilidade é explicada em cerca de 22,7% quando as duas variáveis independentes se agregam (ver Anexo G2.4). os resultados finais estão apresentados na seguinte equação (ver Anexo G 2.1 e G 2.3):

$$R_a^2=0,24 \quad \text{Res} = 0,17 (\text{Est}) + 0,04 (\text{Hed}) + 0,28 (\text{Aut}) + 0,18 (\text{Univ}) + 0,11 (\text{Ben})$$

$$F_{(5,103)}=7,70, p= 0, 00 \quad (t= 1,64, \text{ns}), (t=-0,33, \text{ns}), (t= 2,86, p>0,05), (t= 1,62, \text{ns}), (t= 0,89, \text{ns})$$

6.4.3 Impacto dos Valores na Dimensão Optimismo

Optimismo= f (autonomia estimulação hedonismo universalismo benevolência)

A terceira regressão abrangeu os Valores (autonomia, estimulação, hedonismo, universalismo e benevolência) como variáveis independentes e o optimismo com variável dependente. Os resultados obtidos permitiram a definição da seguinte equação inicial (ver Anexo G 3):

$$R_a^2=0,11 \quad \text{Opt} = F_{(5,104)} = 3,68, p= 0,00; R_a^2=0,11$$

$$F_{(5,104)} = 3,68, p= 0,00$$

Dos resultados obtidos podemos concluir que o comportamento da variável dependente é explicado pelas variáveis independentes em cerca de 11%. A análise dos pressupostos (normalidade, homocedasticidade e multicolinearidade) poderá melhorar o resultado obtido como vamos ver de seguida.

Os resíduos indicam a não violação da normalidade (ver Anexo G 3.1). Da análise dos *outliers*, ao contrário das anteriores análises, foram detectados dois casos (ver Anexo G 3.1). A sua exclusão da análise permitiu um aumento do coeficiente de determinação múltiplo para $R_a^2=0,15$ (ver Anexo G 3.1). O estudo gráfico da homocedasticidade permite-nos concluir acerca do cumprimento do pressuposto visto a maioria dos pontos do gráfico se distribuírem segundo uma forma mais ou menos rectangular (ver Anexo G 3.2). Os procedimentos efectuados para o estudo da multicolinearidade permitem concluir que as variáveis independentes são ortogonais, e que este pressuposto não se verifica (ver Anexo G 3.3).

Por fim, a equação que emerge é

$$R_a^2=0,15 \quad \text{Opt} = 0,06 (\text{Est}) + 0,04 (\text{Hed}) + 0,05 (\text{Aut}) + 0,40 (\text{Univ}) - 0,01 (\text{Ben})$$

$$F_{(5,102)}=4,83, p= 0, 00 \quad (t= 0,56, \text{ns}), (t=0,30, \text{ns}), (t= 0,48, \text{ns}), (t= 3,41, p<0,05), (t= -0,06, \text{ns})$$

O método *stepwise* permite-nos dizer que o optimismo depende do universalismo, e que o nível de dependência é de 17,2% (ver Anexo G 3.4).

6.4.4 Impacto dos Valores na Dimensão Auto-eficácia

Auto-eficácia= f (autonomia estimulação hedonismo universalismo benevolência)

A quarta e última regressão diz respeito aos Valores (autonomia, estimulação, hedonismo, universalismo e benevolência) como variáveis independentes e a auto-eficácia como variável dependente. Os resultados obtidos permitiram a definição da seguinte equação inicial (ver Anexo G 4):

$$R_a^2=0,14 \quad AE = F_{(5,104)} = 4,46 \quad p= 0,00; R_a^2=0,14$$

$$F_{(5,104)} = 4,46, p= 0,00$$

Dos resultados obtidos podemos concluir que o comportamento da variável dependente é explicado pelas variáveis independentes em cerca de 14%. A análise dos pressupostos (normalidade, homocedasticidade e multicolinearidade) permitiu uma melhoria ligeira dos resultados, como vamos ver de seguida.

Os resíduos indicam a não violação da normalidade (ver Anexo G 4.1). A análise dos *outliers*, permitiu detectar dois casos (ver Anexo G 4.1), contudo da análise feita, retirando os dois casos, o coeficiente de correlação múltiplo permaneceria com o mesmo valor (ver Anexo 4.1). Optou-se então por excluir apenas um dos casos (86) por permitir um aumento do coeficiente de determinação múltiplo para $R_a^2= 0,15$ (ver Anexo G 4.1). O estudo gráfico da homocedasticidade permite-nos concluir acerca do cumprimento do pressuposto visto a maioria dos pontos do gráfico se distribuírem segundo uma forma mais ou menos rectangular (ver Anexo G 4.2). Os procedimentos efectuados para o estudo da multicolinearidade permite concluir que as variáveis independentes são ortogonais, e que este pressuposto não se verifica (ver Anexo G 4.3).

Por fim, a equação que emerge é

$$R_a^2=0,15 \quad AE = 0,05 \text{ (Est)} + 0,04 \text{ (Hed)} + 0,28 \text{ (Aut)} + 0,06 \text{ (Univ)} + 0,18 \text{ (Ben)}$$

$$F_{(5,103)}=4,89, p= 0, 00 \quad (t= 0,44, ns), (t=0,30, ns), (t= 0,27, ns), (t= 0,53, ns), (t= 1,36, ns)$$

Com o método *stepwise* conclui-se que a auto-eficácia depende da autonomia, e que o nível de dependência é de 13,5% (ver Anexo G 4.4).

Considerou-se para todas as análises uma probabilidade de erro tipo I de 0.05.

A título exploratório, e como pudemos constatar, o caso 86 apareceu como *outlier* em todas as dimensões, razão pela qual suscitou o interesse em analisar, de uma forma mais detalhada, o tipo de respostas dadas por este indivíduo. No questionário do Psycap o indivíduo respondeu de uma forma algo diversa e com padrões semelhantes à restante amostra, todavia no questionário de Valores de Schwartz a grande maioria das suas respostas foi o nível seis (“Não tem nada a ver comigo”). Isto pode dever-se ao facto do indivíduo ter respondido de uma forma mais irreflectida, e por conseguinte não ter reparado na inversão da escala, tal como já foi anteriormente referido, ou simplesmente por desinteresse em responder ao instrumento.

7. Discussão e Conclusão

Neste capítulo pretende-se reflectir sobre os resultados anteriormente apresentados e analisá-los, comparando-os com a teoria existente sobre o tema, tendo em conta os objectivos da investigação. Serão também narradas as contribuições do estudo, as suas limitações e algumas sugestões para futuras investigações.

Nesta pesquisa foi utilizado um instrumento que congrega dois questionários, a Escala de Valores de Schwartz e o Psycap. Trabalhámos os dados como indicadores fiáveis de esperança, optimismo, resiliência e auto-eficácia no caso do PsyCap, bem como no caso da Escala de Valores de Schwartz assumimos os resultados no pressuposto de se enquadrarem nas quatro dimensões que agrupam os dez tipos de Valores. No mesmo sentido, sempre que possível, optámos por manter os itens na análise para que o resultado não fosse enviesado por alterações na estrutura proposta pelos autores. Note-se, por exemplo, na escala de Schwartz, que ele afirma que cada item contém duas formas diferentes de expressar o que é essencialmente a motivação para o mesmo objectivo (Schwartz, 2008). Ao retirarmos um desses itens estaríamos a aceitar uma resposta que poderia não expressar a motivação desejada para aquele valor.

A vida é sempre um jogo confinado ao naipe de uns certos Valores e, por isso, toda a vida tem um estilo, conforme esses Valores. Os estilos de vida são diferentes entre si porque diferentes são os Valores que orientam esses estilos (Pais, Borges, Pires, Antunes, Ferreira, Vasconcelos & Ferreira, 1998). No Psycap esta individualidade surge quando os indivíduos utilizam os atributos para desempenhar melhor todas as esferas da sua vida (Luthans & Youssef, 2004), razão pela qual é importante aprofundar a possível relação existente entre os conceitos. Analisemos então o objectivo deste estudo: perceber se existe uma relação entre os Valores e o PsyCap.

As duas primeiras hipóteses colocadas propunham analisar a dimensão esperança e resiliência, respectivamente, face à dimensão auto-transcendência, sendo que se esperava uma relação positiva entre elas. Sendo a definição de resiliência bastante similar à componente *pathways* (recursos) da esperança, e uma característica identificada como a capacidade dos indivíduos lutarem sucessivamente face a adversidades ou riscos (Luthans, 2002b), esperávamos encontrar uma relação idêntica nestas duas características face à dimensão auto-transcendência. As duas hipóteses foram empiricamente suportadas. Indivíduos com maior grau de esperança fazem planos e executam-nos em resposta às situações de adversidade, pois têm confiança nas

suas capacidades de resolução de problemas (Snyder et al., 1999). As suas acções são orientadas com base na preocupação em promover o bem-estar dos outros e da sociedade em geral, e não apenas com a sua própria satisfação pessoal, adoptando atitudes e comportamentos egocêntricos. A auto-transcendência remete para o julgamento pessoal, que por sua vez se alia à capacidade de definir objectivos e motivar-se para os alcançar procurando uma harmonia com o exterior. Por seu lado, um indivíduo resiliente luta contra as adversidades e riscos mas também não se identificará com valores de poder e realização. Os objectivos da sua luta não terão como objectivo principal o sucesso individual, mas a realização dos seus objectivos tendo sempre presente o conceito do bem-estar geral, características da dimensão auto-transcendência (Schwartz, 2003). A resiliência é um fenómeno que surge dos processos comuns de adaptação do ser humano (Masten, 2001), e para tal há uma maior tendência a ser compreensivo, prestável, leal com os outros. Esta harmonia interior, característica da auto-transcendência, permite uma boa adaptação ao mundo exterior.

Nos objectivos de estudo expressos nas hipóteses três e quatro, propunha-se encontrar uma relação positiva entre a dimensão abertura à mudança e as dimensões optimismo e auto-eficácia. Analisados os resultados comprova-se a veracidade de ambas as hipóteses. O indivíduo optimista é, à partida, facilmente motivável e apresenta maiores níveis de ambição, define objectivos concretos e é perseverante face a obstáculos (Luthans, 2002a), essas características têm relação com o facto de ele acreditar em Valores como a autonomia e estimulação, que visam o bem-estar próprio e o sucesso individual. Prova disso é a existência de relação com a dimensão abertura à mudança. O optimista tende a procurar novas experiências e depara-se com a necessidade de procurar, criar, explorar outras alternativas. Pessoas optimistas tendem a ultrapassar obstáculos e dificuldades, agem mais directamente na resolução dos problemas, lidam melhor com a adversidade (Scheier & Carver, 1993), e não atribuem os seus fracassos a si próprio interpretando-os com base em factores externos e temporários (Lopes & Cunha, 2005; Scheier & Carver, 1985; Seligman, 1998, cit. por Luthans, 2002a), valorizam a independência de pensamento e acção, a excitação, o prazer de uma vida gratificante, características da abertura à mudança. Num estudo com a população portuguesa os dados apontam para uma sociedade globalmente satisfeita, optimista e razoavelmente feliz, a esmagadora maioria dos portugueses considera-se com confiança no seu futuro (Pais, et al., 1998). À semelhança dos portugueses, a amostra deste estudo, considera que ter prazer numa vida gratificante, explorar o mundo, ser

criativo, desafiar a vida, ser autónomo e hedonista são aspectos importantes para o aumento do seu optimismo. A auto-eficácia é preditora da motivação e da própria acção (Bandura, 1997), razão pela qual surge associada à abertura à mudança em que os indivíduos regulam as suas acções com base em motivações caracterizadas pela autonomia, controlo, independência de pensamento e de acção (autonomia), pela predisposição para a inovação e mudança e pela procura de sensações e emoções, de forma a obter e manter um nível elevado de actividade e de satisfação pessoal (estimulação e hedonismo) (Ros, et al., 1999). É a orientação por objectivos, a predisposição para a inovação e mudança, a importância da actividade que ajudam o desenvolvimento da auto-eficácia (Luthans et al., 2006). A própria definição de auto-eficácia proposta por Stajkovic e Luthans (1988, cit por Palma, Cunha e Lopes, 2007): “confiança do indivíduo sobre a sua capacidade para mobilizar a motivação, os recursos cognitivos e as acções necessárias para executar com sucesso uma tarefa específica num dado contexto” - indica claramente um direccionamento do indivíduo para o alcance de objectivos individuais patentes na dimensão abertura à mudança, pelo que o resultado obtido na análise foi de encontro ao esperado.

Bandura (1997) defende que o bem-estar e a realização do ser humano dependem do seu optimismo e da auto-eficácia. O treino da auto-eficácia poderá ajudar ao desenvolvimento do optimismo (Luthans et al., 2006), e ambos são influenciados por valores como a autonomia, estimulação ou até mesmo o hedonismo.

Em síntese, analisadas as quatro hipóteses verificamos que todas foram confirmadas, realçando as dimensões auto-transcendência e abertura à mudança como influências das capacidades psicológicas positivas. Estes resultados podem ser justificados, em parte, pelo facto do grupo em análise pertencer a uma sociedade com um bom desenvolvimento socioeconómico. Schwartz & Sagie (2000, citado por Ramos, 2006) concluíram que os Valores associados à abertura à mudança e à auto-transcendência são mais importantes em sociedades com um bom desenvolvimento socioeconómico, do que os Valores de conformidade, segurança e tradição (conservação). As dimensões conservação e auto-promoção não se relacionaram com nenhuma das capacidades psicológicas positivas. A conservação caracteriza-se pela contenção nas acções e impulsos, respeito pelos costumes, resistência à mudança, características que muitas vezes associamos a indivíduos com idades mais avançadas, pelo que no caso deste estudo era previsível que tal não acontecesse pela faixa etária dos membros da organização. Há nos jovens uma desafecção em relação a valores tradicionais, atitudes conservadoras (Pais, et al., 1998), ou seja,

um estilo de vida estruturado em torno da manutenção do *status quo* (Schwartz, 1994, citado por Pereira et al., 2004). A tradição, valor da conservação, representa o respeito, compromisso e aceitação de ideias e costumes da cultura ou religião. Nota-se um afastamento das gerações mais novas das crenças, práticas, valores e critérios de vida religiosos ou de inspiração, designadamente no grupo etário dos 25-34 anos (Pais, et al., 1998). Por seu lado, a auto-promoção expressa a procura do sucesso individual, reconhecimento social de prestígio, domínio sobre os outros aspectos oponentes à filosofia que rege uma organização sem fins lucrativos, onde o colectivo subjuga o individual. Os jovens dão maior realce às causas colectivas, enquanto as pessoas mais velhas dão mais importância às aspirações individuais (Pais, et al., 1998). Podemos concluir que a conservação e a auto-promoção não são bons preditores das capacidades psicológicas positivas, talvez em parte pela descontextualização com as características da população estudada, pelo que seria interessante em futuros estudos ter isto em consideração.

Numa fase posterior e exploratória, com o estudo das regressões ao nível dos Valores, foi possível verificar que o universalismo (auto-transcendência) apresentou relação com todas as dimensões do Psycap, à excepção da auto-eficácia. Indivíduos com maior grau de esperança fazem planos e executam-nos em resposta às situações de adversidade (resiliência), e tendem a fazer atribuições positivas acerca dos acontecimentos que irão suceder (optimismo) (Snyder et al., 1999). Estas características surgem aliadas ao universalismo por este representar a compreensão, tolerância, protecção com o ambiente, harmonia interior, características desejáveis no ser humano (Ros, et al., 1999; Schwartz, 2008). À semelhança dos jovens portugueses (Pais, et al., 1998), há uma valorização do direito da liberdade de expressão, maior tolerância com minorias éticas e maior investimento nas relações afectivas e nos valores de intimidade.

A autonomia (abertura à mudança) revelou ser um Valor que tem algum impacto nas capacidades psicológicas positivas, nomeadamente na esperança, resiliência e auto-eficácia. Este valor, segundo Schwartz (2008), está relacionado com o objectivo de independência de pensamento e de acção, razões que tendem a influenciar os indivíduos a ser perseverantes em relação aos objectivos comuns (auto-eficácia), quando necessário redireccionar os meios para atingir os fins (esperança) recuperando a cada adversidade que surja (resiliência). Esta relação torna-se importante pelo facto dos actos da organização serem maioritariamente lúdicos, por conseguinte, a criatividade, a confiança e a criação são características expectáveis. A diversão e a experimentação são características próprias da idade (Pais et al., 1998). Estes Valores que

apresentaram relações com as dimensões do Psycap, e que por isso se distinguiram, têm uma relação de compatibilidade pois remetem para um julgamento pessoal e de harmonia com a natureza (Ros, et al., 1999; Schwartz, 2008). Era expectável que esta amostra obtivesse resultados elevados devido ao contexto em que está inserida que prima pelo contacto com a natureza e a importância de a conciliar com o seu bem-estar físico e psicológico.

Estes resultados algo controversos aconselharam uma posterior análise das quatro dimensões da escala de Valores de Schwartz com as dimensões do Psycap, para reforçar os resultados obtidos nas correlações. Conclui-se portanto que a auto-transcendência está positivamente correlacionada com a esperança e com a resiliência, e que a abertura à mudança está positivamente correlacionada com o optimismo e com a auto-eficácia. O valor universalismo é predictor da esperança, resiliência e optimismo, e o valor autonomia é predictor da esperança, resiliência e auto-eficácia.

De uma perspectiva estrutural, analisando os resultados que confirmam a existência de uma relação e analisando-os à luz da bidimensionalidade proposta por Schwartz, conseguimos reforçar a teoria por ele defendida. Os resultados obtidos permitem-nos confirmar a existência de uma relação entre os Valores e o Psycap, embora cada capacidade psicológica positiva apenas é explicada por um dos pólos bidimensionais.

Albert Einstein um dia afirmou, o mundo que criamos é um produto do nosso pensamento. Se quisermos mudar o mundo, temos de mudar a nossa maneira de pensar. É esta complexidade do ser humano que suscitou o interesse em estudar as capacidades psicológicas positivas e os Valores como possíveis influências dessas capacidades. O que acabou por suceder, embora parcialmente, pois apenas as dimensões auto-transcendência e abertura à mudança é que efectivamente influenciam as dimensões do Psycap. Esta temática tentou conciliar duas grandes vertentes no mundo da psicologia. Indubitavelmente os Valores são um conceito clássico na nossa literatura, conceito sempre actual e empolgante de ser estudado. Por outro lado, o Psycap, um conceito emergente mas não menos importante, por toda a positividade que tem inerente, e o realce do que de mais positivo tem o ser humano. O nosso mundo está a criar um homem com um perfil diferente daquele que era antigamente. O homem principiou uma busca interior motivado pelas dificuldades do mundo e procura agora dar um sentido positivo à sua vida, consciente da sua fragilidade num universo tão complexo. Vala (1993; 1998, citado por Ramos, 2006) defende que os indivíduos não são necessariamente coerentes no seu sistema de Valores, ao invés disso,

adaptam-se ao contexto de acordo com os objectivos que delineiam. É preciso criar uma geração com auto-confiança, esperança, optimismo e resiliência. Neste sentido, este estudo permitiu o reforço da definição teórica e conceptual de ambos os conceitos. Schwartz (1992, citado por Pereira et al., 2004) considera que os Valores são derivados de necessidades universais e individuais, admite que os tipos motivacionais estão ao serviço da satisfação dessas necessidades e, portanto, podem representar compatibilidades ou conflitos axiológicos. Acabou de ser comprovado empiricamente que as capacidades psicológicas positivas são o reflexo desta dinâmica. Incentivar virtudes, respeitar a dignidade humana, prezar a excelência, promover a cooperação e a confiança são aspectos que poderão gerar consequências desejáveis nos indivíduos e nas organizações.

Para além do contributo que esta investigação está a assentir, é inevitável discorrer sobre algumas limitações manifestas. Uma das principais limitações deste estudo diz respeito ao tamanho da amostra, esta provavelmente não é representativa do universo dos indivíduos que pertencem a organizações sem fins lucrativos, pelo que inviabiliza a representatividade dos dados, não podendo ser generalizáveis à realidade nacional nem ao sector em geral. Sugere-se que o estudo seja replicado a diversas e grandes amostras para não se correr o risco da amostra se tornar não-representativa da população como foi o caso do presente estudo. Outra alternativa seria aplicar os questionários em duas ou mais organizações, pois sendo a cultura uma metáfora organizacional reconhecida, será possível obter resultados diferenciados e igualmente interessantes. Em segundo lugar, é possível que os efeitos dos Valores pessoais sejam moderados por factores situacionais, o que não foi investigado neste trabalho. Futuramente, esta variável pode ser combinada com outras variáveis organizacionais (e.g. cultura organizacional, envolvimento organizacional, motivação, etc.), para determinar o contributo individual de cada uma delas, bem como o contributo resultante de efeitos interaccionais. Por vezes os efeitos de contexto são importantes influências nas relações entre as variáveis. Um último aspecto que requer alguma atenção em futuras investigações é a importância em reverter uma das escalas do instrumento para que ambas sigam o mesmo sentido (ascendente ou descendente) para evitar que os resultados sejam modificados, como foi o caso da presente investigação onde houve necessidade de assumir as correlações e regressões negativas como positivas devido à Escala de Valores de Schwartz ter sido invertida.

8. Referências

- Almeida, L. & Pinto, H. (2002). Life Values Inventory (LVI): Studies with Higher Education Students. *Fedora*, 191-203.
- Almeida, L. & Lopes, M. (2004). O Inventário dos Valores de Vida (LVI): Estudos com adultos trabalhadores. *Comportamento Organizacional e Gestão*, 2, 189-206.
- Almeida, L. (2005). Life Values Inventory (LVI): Um estudo com mulheres portuguesas. *Análise Psicológica*, 2, 187-199.
- Avey, J., Luthans, F. & Mhatre, K. (2008). A call for longitudinal research in positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 29, 705-711.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman.
- Brissette, I., Scheier, M.F. & Carver, C.S. (2002). The role of optimism in social network development, coping, and psychological adjustment during a life transition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 102-111.
- Brown, D. (1996). Brown's values-based, holistic model of career and life-role choice and satisfaction. In D. Brown (Eds), *Career Choice and Development* (337 – 372). San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Brown, D. (2002). The role of work values and cultural values in occupational choice, satisfaction, and success – A Theoretical statement. *Journal of Counseling and Development: JCD*, 1, 48–57.
- Brown, D. (2004). The role of work values and cultural values in occupational choice, satisfaction, and success – A Theoretical statement. In D. Brown (Eds), *Career Choice and Development* (465 – 509). San Francisco: Jossey-Bass Publishers.

- Brown, D. & Crace, K. (1996). Values in life role choices and outcomes: A conceptual model. *The Career Development Quarterly*, N^o 3, 211-220.
- Cameron, K. S., Dutton, J. E., & Quinn, R. E. (2003). Foundations of positive organizational scholarship. In Cameron, K. S., Dutton, J. E., & Quinn, R. E. (Eds.). *Positive organizational scholarship: Foundations of a new discipline*. (3-13). San Francisco: Berrett-Koehler.
- Carver, C. S. (1998). Resilience and thriving: issues, models, and linkages. *Journal of Social Issues*, 54 (2), 245-266.
- Carver, C.S. & Scheier, M.F. (2005). Optimism. In Snyder, C. R., & Lopez, S. (Eds), *Handbook of Positive Psychology* (pp.231-243). Oxford: Oxford University Press.
- Csikszentmihalyi, M. (2006). Introduction. In M. Csikszentmihalyi, M., & I. S. Csikszentmihalyi (Eds.), *A life worth living: contributions to positive psychology* (pp.3-14). New York: Oxford University Press.
- Draper, N.R. & Smith, H. (1998). *Applied regression analysis*. United States of America: John Wiley & Sons, Inc.
- Ferreira, P. M. (2003). Valores Morais: as noções de “certo” e de “errado” na transição pós-moderna. In Vala, J., Cabral, M.V., Ramos, A. (Eds.). *Atitudes Sociais dos Portugueses: Valores Sociais: Mudanças e Contrastes em Portugal e na Europa* (pp.111-121). Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Ferreira, V.S. (1998). Atitudes perante a sociedade. In Pais, J., Borges, G., Pires, L., Antunes, M., Ferreira, P., Vasconcelos, P. & Ferreira, V. (Eds.). *Gerações e Valores na Sociedade Portuguesa Contemporânea* (pp.150-244). Lisboa: Gradegráfica.

- Freeman, F. (1962). *Teoria e Prática dos Testes Psicológicos*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Fox, J. (1997). *Applied regression analysis, linear models, and related methods*. United States of America: Sage Publications, Inc.
- Guéguen, N. (1997). *Manual de estatística para psicólogos*. Lisboa: Climepsi Editores.
- Hofstede, G. (1998). Attitudes, values and organizational culture: disentangling the concepts. *Organization Studies*, 19 (3), 477-492.
- Jorgensen, I.S. & Nafstad, H. E. (2004). Positive Psychology: historical, philosophical, and epistemological perspectives. In Linley, P.A. & Joseph, S. (Eds.). *Positive Psychology in Practice* (pp.713-728). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Larson, M. & Luthans, F. (2006). Potential added value of psychological capital in predicting work attitudes. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 13 (2), 75-91.
- Linley, P.A. & Joseph, S. (2004). Toward a theoretical foundation for positive psychology in practice. In Linley, P.A. & Joseph, S. (Eds.). *Positive Psychology in Practice* (pp.713-728). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Luthans, F. (2002a). Positive Organizational Behavior: Developing and managing psychological strengths. *Academy of Management Executive*, 16(1), 57-72.

- Luthans, F. (2002b). The need for and meaning of positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 23, 695-706.
- Luthans, F., & Avolio, B. (2003). Authentic Leadership Development. In K.S. Cameron, J.E. Dutton, & R.E. Quinn (Eds.), *Positive organizational scholarship: Foundations of a new discipline* (pp. 241-258). San Francisco: Berrett-Koehler.
- Luthans, F., & Youssef, C. (2004). Human, Social, and Now Positive Psychological Capital Management: Investing in people for competitive advantage. *Organizational Dynamics*, 33(2), 143-160.
- Luthans, F., Avolio, B., Walumba, F.O., & Li, W. (2005). The psychological capital of Chinese workers: Exploring the relationship with performance. *Management and Organization Review*, 1(2), 249-271.
- Luthans, F., Avey, J., Avolio, B., Norman, S. & Combs, G. (2006). Psychological capital development: toward a micro-intervention. *Journal of Organizational Behaviour*, 27, 387-393.
- Luthans, F., Avolio, B., Avey, J. & Norman, S. (2007). Positive psychological capital: measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60, 541-572.
- Luthans, F., Avey, J. & Patera, J. (2008). Experimental analysis of a web-based training intervention to develop positive psychological capital. *Academy of Management Learning & Education*, 7, 209-221.

- Luthans, F., Avey, J., Clapp-Smith, R. & Li, W. (2008). More evidence on the value of Chinese workers' psychological capital: a potentially unlimited competitive resource?. *The International Journal of Human Resource Management*, 19, 818-827.
- Macedo, K., Pereira, C., Rossi, E. & Vieira, M. (2005). Valores individuais e organizacionais: estudo com dirigentes de organizações pública, privada e cooperativa em Goiás. *Cadernos de Psicologia do Trabalho*, 8, 29-42.
- Maddux, J.E. (2005). Self-efficacy: the power of believing you can. In Snyder, C. R., & Lopez, S. (Eds), *Handbook of Positive Psychology* (pp.277-287). Oxford: Oxford University Press.
- Maroco, J. (2007). *Análise Estatística - Com utilização do SPSS*. Lisboa: Edições Sílabo, Lda.
- Masten, Ann S. (2001). Ordinary magic: Resilience process in development. *American Psychologist*, 56 (3), 227-239.
- Masten, A.S. & Reed M.G.J. (2005). Resilience in development. In Snyder, C. R., & Lopez, S. (Eds), *Handbook of Positive Psychology* (pp.74-88). Oxford: Oxford University Press.
- Neves, J. (2000). *Clima Organizacional, Cultura Organizacional e Gestão de Recursos Humanos*. Lisboa: Editora RH.
- Pais, J.M., Borges, G.C., Pires, L., Antunes, M., Ferreira, P.A., Vasconcelos, P., Ferreira, V.S. (1998). *Gerações e valores na sociedade portuguesa contemporânea*. Lisboa: Gradegráfica.
- Palma, P., Cunha, M., & Lopes, M. (2007). Comportamento organizacional positivo e empreendedorismo: uma influência mutuamente vantajosa. *Comportamento Organizacional e Gestão*, 13 (1), 93-114.

- Pereira, A. (1999). *Guia prático de utilização do SPSS – Análise de dados para ciências sociais e psicologia*. Lisboa: Edições Sílabo, Lda.
- Pereira, C., Camino, L. & Costa, J. (2004). Análise fatorial confirmatória do Questionário de Valores Psicossociais – QVP24. *Estudos de Psicologia*, 9 (3), 505-512.
- Peterson, C. M. (2000). The future of optimism. *American Psychologist*, 55, 44-55.
- Peterson, C. M. & Seligman, M.E.P. (2003). Positive organizational studies: lessons from positive psychology. In Cameron, K. S., Dutton, J. E., & Quin, R. E. (Eds.). *Positive organizational scholarship: Foundations of a new discipline*. (pp.14-27). San Francisco: Berrett-Koehler.
- Peterson, C. & Chang, E. C. (2003). Optimism and flourishing. In C.L.M. Keyes, & J. Haidt (Eds.). *Flourishing: positive psychology and the life well-lived*. (pp. 55-75). Washington: American Psychological Association.
- Quinn, R. & Cameron, K. (1983). Organizational life cycles and shifting criteria of effectiveness: Some preliminary evidence. *Management Science*, 29 (1), 33-51.
- Ramos, A. (2006). Social values dynamics and socio-economic development. *Portuguese Journal of Social Science*, 5 (1), 35-64.
- Reis, R. (2002). Valores, Centralidade e Satisfação com o trabalho – uma perspectiva comparativa dos trabalhadores portugueses. Manuscrito não publicado, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, Lisboa.
- Robson, C. (2002). *Real World Research*. (2ª ed.). UK: Blackwell Publishing.

- Ros, M., Schwartz, S. & Surkiss, S. (1999). Basic individual values, work values, and the meaning of work. *International Association of Applied Psychology*, 48 (1), 49-71.
- Ross, J. (2006, Outubro). O capital psicológico. *HSM Management Update*, 37.
- Scheier, M.F. & Carver, C.S. (1985). Optimism, Coping, and Health: Assessment and implications of generalized outcome expectancies. *Health Psychology*, 4 (3), 219-247.
- Scheier, M.F. & Carver, C.S. (1987). Dispositional optimism and physical well-being: the influence of generalized outcome expectancies on health. *Journal of personality* 55 (2), 169-210.
- Scheier, M.F. & Carver, C.S. (1993). On the power of positive thinking: the benefits of being optimistic. *Cambridge University Press*, 2, 26-30.
- Schlosser, F. (2008). Taking a positive approach to organizational downsizing. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 25 (2), 93-106.
- Schwartz, S. (1996). Value priorities and behavior: applying a theory of integrated value systems. In Seligman, C. & Olson, J.M. (Eds.). *The Psychology of Values: The Ontario Symposium Volume 8*. (pp.1-24). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Schwartz, S. (1999). A theory of cultural values and some implications for work. *International Association of Applied Psychology*, 48 (1), 23-47.
- Schwartz, S. (2008). A Proposal for Measuring Value Orientations across Nations. Manuscrito não publicado, The Hebrew University of Jerusalem, Amsterdam.
- Schwartz, S. & Bilsky, W. (1987). Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53 (3), 550-562.

- Schwartz, S. & Bilsky, W. (1990). Toward a theory of the universal content and structure of values: extensions and cross-cultural replications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58 (5), 878-891.
- Seligman, M. E. P. (2002). *Authentic happiness. Using the new positive psychology to realize your potential for lasting fulfillment*. London: Nicholas Brealey Publishing.
- Seligman, M.E.P. (2003). Foreword: the past and future of positive psychology. In C.L.M. Keyes, & J. Haidt (Eds.). *Flourishing: positive psychology and the life well-lived*. (pp. xi-xix). Washington: American Psychological Association.
- Seligman, M.E.P. (2005). Positive psychology, positive prevention and positive therapy. In Snyder, C.R. & Lopez, S.J. (Eds.). *Handbook of Positive Psychology* (pp.3-9). New York: Oxford University Press, Inc.
- Seligman, M.E.P. (2006). Breaking the 65 Percent Barrier. In M. Csikszentmihalyi, M., & I. S. Csikszentmihalyi (Eds.), *A life worth living: contributions to positive psychology* (pp. 230-236). New York: Oxford University Press, Inc.
- Seligman, M.E.P., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive Psychology: An introduction. *American Psychologist*, 5 (1), 5-14.
- Seligman, M.E.P., Steen, T. A., Park, N., & Peterson, C. (2005). Positive Psychology Progress: Empirical Validation of Interventions. *American Psychologist*, 60 (5), 410-421.
- Snyder, C.R., Cheavens, J. & Michael, S. T. (1999). Hoping. In Snyder, C.R. (Eds.), *Coping-the Psychology of What Works* (205-231). New York: Oxford University Press, Inc.
- Snyder, C. R., & Lopez, S. (Eds.). (2002). *Handbook of Positive Psychology*. Oxford: Oxford University Press.

- Snyder, C.R., Rand, K.L. & Sigmon, D. R. (2005). Hope theory: a member of the positive psychology family. In Snyder, C. R., & Lopez, S. (Eds.), *Handbook of Positive Psychology* (pp.257-276). Oxford: Oxford University Press.
- Sommer, S. (2006). The “Moments that Matter” for Fred Luthans’s Academic Career. *Journal of Management Inquiry*, 15, 37-44.
- Stajkovic, A. & Luthans, F. (1998). Social cognitive theory and self-efficacy: Going beyond tradicional motivational and behavioral approaches. *Organizational Dynamics*, 26, 62-74.
- Super, D. E. (1990). A Life-Span, life space approach to career development. In D. Brown & L. Brooks (Eds.), *Career Choice and Development* (pp.465 - 509). San Francisco: Jossey Bass Publishers.
- Super, D. E. & Sverko, B. (1995). *Life Roles, Values, and Careers: International Findings ok the Work Importance Study*. San Francisco: Jossey – Bass Publishers.
- Sutcliffe, K. M. & Vogus, T. J. (2003). Organizing for resilience. In Cameron, K. S., Dutton, J. E., & Quin, R. E. (Eds.). *Positive organizational scholarship: Foundations of a new discipline*. (pp.94-110). San Francisco: Berrett-Koehler.
- Vala, J. (2000). Mudanças nos Valores associados ao trabalho e satisfação com o trabalho. In Cabral, M.V., Vala, J. & Freire, J.(Eds.). *Atitudes sociais dos portugueses: trabalho e cidadania*. (pp.73-87). Lisboa: Instituto de Ciências Sociais.
- Wright, T.A. (2003). Positive Organizational Behavior: an idea whose time has truly come. *Journal of Organizational Behavior*, 24, 437-442.

Anexos

Anexo A*Análise descritiva da amostra*

Sexo do sujeito

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Masculino	89	80,9	80,9	80,9
Feminino	21	19,1	19,1	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Idade do sujeito

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18-24	11	10,0	10,0	10,0
25-29	23	20,9	20,9	30,9
30-34	32	29,1	29,1	60,0
35-39	22	20,0	20,0	80,0
40-44	12	10,9	10,9	90,9
45-49	3	2,7	2,7	93,6
50-54	6	5,5	5,5	99,1
+59	1	,9	,9	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Estado Civil

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Casado	55	50,0	50,0	50,0
Solteiro	49	44,5	44,5	94,5
Divorciado	2	1,8	1,8	96,4
Outra	4	3,6	3,6	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Número de Filhos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	60	54,5	54,5	54,5
1	22	20,0	20,0	74,5
Valid 2	25	22,7	22,7	97,3
3	3	2,7	2,7	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Habilitações Literárias

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<9º ano	15	13,6	13,6	13,6
entre 9ºano- 11ºano	19	17,3	17,3	30,9
12º ano	46	41,8	41,8	72,7
Valid Bacharelato	6	5,5	5,5	78,2
Licenciatura	22	20,0	20,0	98,2
Pós- Graduação	2	1,8	1,8	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Situação Profissional

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Estudante	3	2,7	2,7	2,7
Trabalhador	98	89,1	89,1	91,8
Valid Trabalhador- Estudante	8	7,3	7,3	99,1
Desempregado	1	,9	,9	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Anexo B

Instrumento - Questionário de Valores de Schwartz e o Questionário do Capital Psicológico Positivo (Psycap)

Estudo sobre Capital Psicológico

Caro participante,

Para a conclusão do meu Mestrado em Psicologia Social e das Organizações é necessário que realize um estudo, para o qual preciso da ajuda de pessoas pertencentes a um meio comum. Neste sentido solicito a sua colaboração para o preenchimento deste questionário a fim de recolher os dados necessários para um posterior procedimento estatístico. Neste estudo será abordada a temática dos Valores ⁽¹⁾ assim como do Psycap ⁽²⁾.

Os dados obtidos serão utilizados apenas para efeitos da realização do estudo, sendo garantida total confidencialidade.

Não existem respostas certas ou erradas. Peço-lhe apenas que responda a todas as questões da forma mais sincera possível.

Agradeço, desde já, a sua colaboração!

Ana Rita Gomes

(1) Os Valores constituem aquilo que é importante na nossa vida, e determinam o nosso comportamento, podendo ser construídos na vida familiar, na convivência humana ou no trabalho, por isso é importante conhecê-los e compreendê-los.

(2) O Psycap é definido como um estado psicológico positivo e é caracterizado por: possuir confiança (auto-eficácia) para conseguir canalizar os esforços necessários para alcançar as tarefas propostas; fazer atribuições positivas (optimismo) sobre o que acontece no presente e no futuro; capacidade de perseverança para atingir os objectivos (esperança); e mediante adversidades e problemas, manter-se vigoroso e seguro (resiliência) para alcançar o sucesso.

I: Capital Psicológico	Este grupo é composto por quatro secções; avalia-se a forma como se sente e se descreve a si próprio(a). Por favor, leia cada questão com cuidado, e responda assinalando com um círculo o número que melhor reflectir a sua opinião.
------------------------	---

Secção A – Seleccione o grau em que cada uma das afirmações melhor o(a) descreve a si como pessoa. Tem 6 opções de resposta, que oscilam entre 1 “Definitivamente Falso”, e 6 “Definitivamente Verdadeiro”.

Se me encontrar em apuros, acho que vou ser capaz de pensar em possíveis formas de sair deles	1	2	3	4	5	6
Neste momento, sinto-me a perseguir energicamente os meus objectivos	1	2	3	4	5	6
Existem muitas formas de resolver os problemas que estou a enfrentar actualmente	1	2	3	4	5	6
Vejo-me como sendo bastante bem sucedido(a)	1	2	3	4	5	6
Consgo pensar em muitas maneiras de alcançar os objectivos que estabeleço para mim	1	2	3	4	5	6
Neste momento, sinto-me a alcançar os objectivos que estabeleci para mim mesmo(a)	1	2	3	4	5	6

Secção B – Seleccione o grau em que cada uma das afirmações melhor o(a) descreve a si como pessoa. Tem 6 opções de resposta, que oscilam entre 1 “Discordo Fortemente”, e 6 “Concordo Fortemente”.

Mesmo em relação às coisas com as quais me estou a sentir inseguro(a) neste momento, continuo a esperar o melhor	1	2	3	4	5	6
Ando a sentir facilidade em relaxar	1	2	3	4	5	6

Se alguma coisa tiver que me correr mal, assim correrá	1	2	3	4	5	6
Sinto-me optimista quanto ao meu futuro	1	2	3	4	5	6
Gosto muito dos meus amigos actuais	1	2	3	4	5	6
É importante para mim manter-me ocupado(a)	1	2	3	4	5	6
Nos dias que passam, não espero que as coisas corram à minha maneira	1	2	3	4	5	6
Neste momento, não me sinto aborrecido(a)	1	2	3	4	5	6
Não espero que me aconteçam coisas boas nos próximos dias	1	2	3	4	5	6
Actualmente, espero que me aconteçam mais coisas boas do que más	1	2	3	4	5	6

Secção C – Para cada afirmação que se segue, seleccione o grau em que cada uma melhor se aplica a si. As 6 opções de resposta oscilam entre 1 “Não se aplica, de todo, a mim”, e 6 “Aplica-se fortemente a mim”.

Sou generoso(a) para com os meus amigos	1	2	3	4	5	6
Consigo recuperar e superar rapidamente dos sustos	1	2	3	4	5	6
Gosto de lidar com situações novas e pouco usuais	1	2	3	4	5	6
Sou geralmente bem sucedido a causar uma impressão favorável nos outros	1	2	3	4	5	6
Gosto de provar novas comidas que ainda não tinha provado antes	1	2	3	4	5	6
Sou visto(a) pelos outros como uma pessoa muito enérgica	1	2	3	4	5	6
Quando vou para locais conhecidos, gosto de variar o caminho por onde vou	1	2	3	4	5	6
Sou mais curioso(a) do que a maioria das pessoas	1	2	3	4	5	6
A maior parte das pessoas que vou conhecendo são agradáveis	1	2	3	4	5	6
Normalmente, penso bem nas coisas antes de agir	1	2	3	4	5	6
Gosto de fazer coisas novas e difíceis	1	2	3	4	5	6

O meu dia-a-dia está cheio de coisas que me despertam interesse	1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---	---

Estaria disposto(a) a descrever-me como tendo uma personalidade bastante forte	1	2	3	4	5	6
--	---	---	---	---	---	---

Ultrapasso a minha raiva contra alguém de uma forma relativamente rápida	1	2	3	4	5	6
--	---	---	---	---	---	---

Secção D – Agora pedimos-lhe para referir o modo como geralmente enfrenta problemas e dificuldades. As 6 opções de resposta oscilam entre 1 “Não se aplica, de todo, a mim”, e 6 “Aplica-se fortemente a mim”.

Consigo sempre resolver problemas difíceis se me esforçar o suficiente	1	2	3	4	5	6
--	---	---	---	---	---	---

Se alguém se opõe a mim, consigo encontrar os meios para obter o que quero	1	2	3	4	5	6
--	---	---	---	---	---	---

Para mim é fácil manter as minhas metas e alcançar os meus objectivos	1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---	---

Tenho confiança que seja capaz de lidar eficazmente com acontecimentos inesperados	1	2	3	4	5	6
--	---	---	---	---	---	---

Graças ao meu engenho, sei como lidar com situações imprevistas	1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---	---

Sou capaz de resolver a maior parte dos problemas, se investir o esforço necessário	1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---	---

Consigo manter a calma quando enfrento dificuldades, pois posso confiar nas minhas capacidades de resolução de problemas	1	2	3	4	5	6
--	---	---	---	---	---	---

Quando sou confrontado com um problema, normalmente consigo encontrar várias soluções	1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---	---

Se estou com um problema, normalmente consigo pensar numa solução	1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---	---

Geralmente consigo lidar com o que quer que seja que se achesse no meu caminho	1	2	3	4	5	6
--	---	---	---	---	---	---

II: Valores	Neste segundo grupo são apresentadas pessoas com determinadas características. Relativamente a cada um dos “retratos”, diga em que medida se considera parecido(a) ou não com essa pessoa. Utilize a escala de 1 a 6 fornecida.
--------------------	---

1	2	3	4	5	6
Exactamente como eu	Muito parecida comigo	Parecida comigo	Um bocadinho parecida comigo	Não é parecida comigo	Não tem nada a ver comigo

Uma pessoa que dá importância a ter novas ideias e ser criativa. Gosta de fazer as coisas à sua maneira	1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---	---

Uma pessoa para quem é importante ser rica. Quer ter muito dinheiro e coisas caras	1	2	3	4	5	6
--	---	---	---	---	---	---

Uma pessoa que acha importante que todas as pessoas no mundo sejam tratadas igualmente. Acredita que todos devem ter as mesmas oportunidades na vida	1	2	3	4	5	6
--	---	---	---	---	---	---

Uma pessoa que dá muita importância a poder mostrar as suas capacidades. Quer que as pessoas admirem o que faz	1	2	3	4	5	6
--	---	---	---	---	---	---

Uma pessoa que dá importância a viver num sítio onde se sinta segura. Evita tudo o que possa por a sua segurança em risco	1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---	---

Uma pessoa que gosta de surpresas e está sempre à procura de coisas novas para fazer. Acha que é importante fazer muitas coisas diferentes na vida	1	2	3	4	5	6
--	---	---	---	---	---	---

Uma pessoa que acha que as pessoas devem fazer o que lhes mandam. Acha que as pessoas devem cumprir sempre as regras mesmo quando ninguém está a ver	1	2	3	4	5	6
--	---	---	---	---	---	---

Uma pessoa para quem é importante ouvir pessoas diferentes de si. Mesmo quando discorda de alguém continua a querer compreender essa pessoa	1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---	---

Uma pessoa para quem é importante ser humilde e modesta. Tenta não	1	2	3	4	5	6
--	---	---	---	---	---	---

chamar as atenções sobre si						
Uma pessoa para quem é importante passar bons momentos. Gosta de tratar bem de si	1	2	3	4	5	6
Uma pessoa para quem é importante tomar as suas próprias decisões sobre o que faz. Gosta de ser livre e não estar dependente dos outros	1	2	3	4	5	6
Uma pessoa para quem é importante ajudar os que a rodeiam. Gosta de zelar pelo seu bem-estar	1	2	3	4	5	6
Uma pessoa para quem é importante ter sucesso. Gosta de receber o reconhecimento dos outros	1	2	3	4	5	6
Uma pessoa para quem é importante que o Governo garanta a sua segurança, contra todas as ameaças. Quer que o Estado seja forte, de modo a poder defender os cidadãos	1	2	3	4	5	6
Uma pessoa que procura a aventura e gosta de correr riscos. Quer ter uma vida emocionante	1	2	3	4	5	6
Uma pessoa para quem é importante portar-se sempre como deve ser. Evita fazer coisas que os outros digam que é errado	1	2	3	4	5	6
Uma pessoa para quem é importante que os outros lhe tenham respeito. Quer que as pessoas façam o que ele diz	1	2	3	4	5	6
Uma pessoa para quem é importante ser leal para com os amigos. Dedicar-se às pessoas que lhe são próximas	1	2	3	4	5	6
Uma pessoa que acredita seriamente que as pessoas devem proteger a natureza. Proteger o ambiente é importante para ela	1	2	3	4	5	6
Uma pessoa que dá importância à tradição. Faz tudo o que pode para agir de acordo com a sua religião e a sua família	1	2	3	4	5	6
Uma pessoa que procura aproveitar todas as oportunidades para se divertir. É importante para ela fazer coisas que lhe dão prazer	1	2	3	4	5	6

Anexo C*Análise das qualidades métricas das escalas do Psycap*

Anexo C 1

Análise factorial da totalidade dos itens

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,807
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1867,193
	df	561
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	9,766	28,724	28,724	9,766	28,724	28,724	3,790	11,148	11,148
2	2,470	7,263	35,987	2,470	7,263	35,987	3,162	9,299	20,447
3	2,069	6,087	42,074	2,069	6,087	42,074	2,926	8,606	29,053
4	1,862	5,475	47,549	1,862	5,475	47,549	2,886	8,488	37,541
5	1,682	4,947	52,496	1,682	4,947	52,496	2,680	7,883	45,424
6	1,412	4,153	56,649	1,412	4,153	56,649	2,170	6,382	51,805
7	1,311	3,856	60,505	1,311	3,856	60,505	2,011	5,914	57,719
8	1,213	3,567	64,072	1,213	3,567	64,072	1,635	4,807	62,527
9	1,065	3,133	67,205	1,065	3,133	67,205	1,591	4,679	67,205
10	,970	2,854	70,059						

11	,953	2,804	72,863					
12	,913	2,685	75,548					
13	,822	2,417	77,965					
14	,759	2,232	80,198					
15	,707	2,078	82,276					
16	,580	1,707	83,983					
17	,563	1,657	85,640					
18	,507	1,492	87,132					
19	,498	1,464	88,596					
20	,466	1,370	89,966					
21	,424	1,248	91,214					
22	,397	1,168	92,381					
23	,362	1,066	93,447					
24	,317	,932	94,379					
25	,304	,894	95,273					
26	,256	,752	96,025					
27	,226	,664	96,688					
28	,211	,622	97,310					
29	,188	,553	97,864					
30	,178	,525	98,388					
31	,163	,478	98,867					
32	,151	,443	99,310					
33	,137	,402	99,712					
34	,098	,288	100,000					

Anexo C 2

Análise factorial totalidade dos itens (forçada a 4 factores)

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,866
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	506,167
	df	45
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,897	48,970	48,970	4,897	48,970	48,970	2,376	23,757	23,757
2	1,214	12,140	61,111	1,214	12,140	61,111	1,975	19,755	43,512
3	,911	9,106	70,217	,911	9,106	70,217	1,681	16,810	60,322
4	,686	6,859	77,076	,686	6,859	77,076	1,675	16,754	77,076
5	,559	5,593	82,669						
6	,506	5,064	87,733						
7	,454	4,538	92,271						
8	,300	2,998	95,268						
9	,244	2,436	97,704						
10	,230	2,296	100,000						

Anexo C 3

Análise factorial da escala esperança

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,759
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	170,938
	df	15
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,826	47,101	47,101	2,826	47,101	47,101	2,044	34,059	34,059
2	1,033	17,213	64,313	1,033	17,213	64,313	1,815	30,254	64,313
3	,765	12,745	77,058						
4	,585	9,749	86,807						
5	,455	7,589	94,396						
6	,336	5,604	100,000						

Rotated Component Matrix

	Component	
	1	2
Se me encontrar em apuros, acho que vou ser capaz de pensar em possíveis formas de sair deles	,207	,795
Neste momento, sinto-me a perseguir energicamente os meus objectivos	,809	,094
Existem muitas formas de resolver os problemas que estou a enfrentar actualmente	,035	,728
Vejo-me como sendo bastante bem sucedido (a)	,696	,259
Consigo pensar em muitas maneiras de alcançar os objectivos que estabeleço para mim	,405	,740
Neste momento, sinto-me a alcançar os objectivos que estabeleci para mim mesmo (a)	,835	,173

Anexo C 4

Análise factorial da escala optimismo

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,653
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	216,325
	df	45
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,793	27,933	27,933	2,793	27,933	27,933	2,243	22,434	22,434
2	1,583	15,827	43,760	1,583	15,827	43,760	1,575	15,746	38,180
3	1,248	12,478	56,238	1,248	12,478	56,238	1,530	15,305	53,485
4	1,077	10,770	67,008	1,077	10,770	67,008	1,352	13,523	67,008
5	,816	8,160	75,167						
6	,677	6,771	81,939						
7	,562	5,617	87,556						
8	,497	4,966	92,521						
9	,407	4,072	96,594						
10	,341	3,406	100,000						

Rotated Component Matrix

	Component			
	1	2	3	4
Mesmo em relação às coisas com as quais me estou a sentir inseguro (a) neste momento, continuo a esperar o melhor	,622	,010	,186	-,154
Ando a sentir facilidade em relaxar	,114	,486	-,290	,528
Se alguma coisa tiver que correr mal, assim correrá	,075	-,098	,284	,836
Sinto-me optimista quanto ao meu futuro	,704	,123	-,296	,345
Gosto muito dos meus amigos actuais	,717	,043	,081	,205
É importante para mim manter-me ocupado (a)	,514	-,062	,656	-,109
Nos dias que passam, não espero que as coisas corram à minha maneira	,055	,090	,864	,240
Neste momento, não me sinto aborrecido (a)	,043	,813	,140	,190
Não espero que me aconteçam coisas boas nos próximos dias	-,183	-,740	,055	,291
Actualmente, espero que me aconteçam mais coisas boas do que más	,725	,302	,193	-,010

Anexo C 5

Análise factorial da escala resiliência

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,699
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	377,198
	df	91
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,741	26,724	26,724	3,741	26,724	26,724	3,268	23,342	23,342
2	1,817	12,976	39,699	1,817	12,976	39,699	1,857	13,268	36,610
3	1,282	9,154	48,854	1,282	9,154	48,854	1,519	10,847	47,456
4	1,101	7,863	56,716	1,101	7,863	56,716	1,207	8,624	56,080
5	1,001	7,152	63,868	1,001	7,152	63,868	1,090	7,788	63,868
6	,936	6,687	70,555						
7	,790	5,643	76,198						
8	,728	5,197	81,395						
9	,614	4,383	85,778						
10	,526	3,759	89,538						
11	,468	3,346	92,883						
12	,416	2,969	95,852						
13	,352	2,516	98,369						
14	,228	1,631	100,000						

Rotated Component Matrix

	Component				
	1	2	3	4	5
Sou generoso (a) para com os meus amigos	,479	-,242	,395	-,005	,252
Consigo recuperar e superar rapidamente dos sustos	,364	,153	,134	,703	,164
Gosto de lidar com situações novas e pouco usuais	,813	,022	,055	,137	,021
Sou geralmente bem sucedido a causar uma impressão favorável nos outros	,746	-,118	,205	-,127	,097
Gosto de provar novas comidas que ainda não tinha provado antes	,060	,052	,039	,043	,945
Sou visto (a) pelos outros como uma pessoa muito enérgica	,723	,182	-,026	-,069	-,016
Quando vou para locais conhecidos, gosto de variar o caminho por onde vou	,051	,768	,043	,016	,041
Sou mais curioso (a) do que a maioria das pessoas	,264	,747	-,216	-,220	-,056

A maior parte das pessoas que vou conhecendo são agradáveis	,422	-,075	,564	-,150	,050
Normalmente, penso bem nas coisas antes de agir	,075	-,012	,790	,086	-,023
Gosto de fazer coisas novas e difíceis	,705	,388	-,009	,017	,185
O meu dia-a-dia está cheio de coisas que me despertam interesse	,251	,354	,083	-,709	,084
Estaria disposto (a) a descrever-me como tendo uma personalidade bastante forte	,564	,166	,173	,272	-,206
Ultrapasso a minha raiva contra alguém de uma forma relativamente rápida	-,166	,519	,520	,124	,064

Anexo C 6

Análise factorial da escala auto-eficácia

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,866
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	506,167
	df	45
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,897	48,970	48,970	4,897	48,970	48,970	3,668	36,684	36,684
2	1,214	12,140	61,111	1,214	12,140	61,111	2,443	24,426	61,111
3	,911	9,106	70,217						
4	,686	6,859	77,076						
5	,559	5,593	82,669						
6	,506	5,064	87,733						
7	,454	4,538	92,271						
8	,300	2,998	95,268						
9	,244	2,436	97,704						
10	,230	2,296	100,000						

Rotated Component Matrix

	Component	
	1	2
Consigo sempre resolver problemas difíceis se me esforçar o suficiente	,636	,100
Se alguém se opõe a mim, consigo encontrar os meios para obter o que quero	,017	,827
Para mim é fácil manter as minhas metas e alcançar os meus objectivos	,206	,738
Tenho confiança que seja capaz de lidar eficazmente com acontecimentos inesperados	,800	,254
Graças ao meu engenho, sei como lidar com situações imprevistas	,720	,397
Sou capaz de resolver a maior parte dos problemas, se investir o esforço necessário	,743	,012
Consigo manter a calma quando enfrento dificuldades, pois posso confiar nas minhas capacidades de resolução de problemas	,719	,253
Quando sou confrontado com um problema, normalmente consigo encontrar várias soluções	,758	,371
Se estou com um problema, normalmente consigo pensar numa solução	,515	,515
Geralmente consigo lidar com o que quer que seja que se achesse no meu caminho	,392	,719

Anexo D*Qualidade das qualidades métricas da Escala de Valores de Schwartz*

Anexo D 1

Validade de constructo da Escala de Valores de Schwartz

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,741
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	900,271
	df	210
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5,110	24,332	24,332	5,110	24,332	24,332	3,179	15,138	15,138
2	3,058	14,562	38,893	3,058	14,562	38,893	2,950	14,049	29,187
3	1,815	8,643	47,536	1,815	8,643	47,536	2,321	11,050	40,238
4	1,449	6,902	54,438	1,449	6,902	54,438	1,901	9,051	49,289
5	1,265	6,023	60,461	1,265	6,023	60,461	1,834	8,733	58,022
6	1,143	5,444	65,905	1,143	5,444	65,905	1,655	7,883	65,905
7	,928	4,419	70,324						
8	,803	3,826	74,150						
9	,768	3,659	77,809						
10	,687	3,269	81,078						

11	,599	2,853	83,931						
12	,586	2,791	86,722						
13	,495	2,359	89,081						
14	,415	1,974	91,055						
15	,368	1,755	92,810						
16	,327	1,559	94,369						
17	,319	1,518	95,887						
18	,253	1,204	97,091						
19	,231	1,102	98,193						
20	,193	,917	99,110						
21	,187	,890	100,000						

Rotated Component Matrix

	Component					
	1	2	3	4	5	6
Uma pessoa que dá importância a ter novas ideias e ser criativa. Gosta de fazer as coisas à sua maneira	,443	,174	,244	,124	-,417	,196
Uma pessoa para quem é importante ser rica. Quer ter muito dinheiro e coisas caras	-,004	,067	,146	,175	-,783	-,044
Uma pessoa que acha importante que todas as pessoas no mundo sejam tratadas igualmente. Acredita que todos devem ter as mesmas oportunidades na vida	,453	,484	,068	,310	,094	-,434
Uma pessoa que dá muita importância a poder mostrar as suas capacidades. Quer que as pessoas admirem o que faz	,129	-,173	,253	,806	-,154	-,004
Uma pessoa que dá importância a viver num sítio onde se sinta segura. Evita tudo o que possa por a sua segurança em risco	,128	,309	-,332	,290	,284	,472
Uma pessoa que gosta de surpresas e está sempre à procura de coisas novas para fazer. Acha que é importante fazer muitas coisas diferentes na vida	,230	,175	,738	,266	,070	-,127
Uma pessoa que acha que as pessoas devem fazer o que lhes mandam. Acha que as pessoas devem cumprir sempre as regras mesmo	,208	,245	-,061	-,069	,036	,635

quando ninguém está a ver						
Uma pessoa para quem é importante ouvir pessoas diferentes de si. Mesmo quando discorda de alguém continua a querer compreender essa pessoa	,281	,264	,209	,173	,553	,020
Uma pessoa para quem é importante ser humilde e modesta. Tenta não chamar as atenções sobre si	,350	,354	,032	,056	,598	,085
Uma pessoa para quem é importante passar bons momentos. Gosta de tratar bem de si	,678	,067	,146	,048	,206	,160
Uma pessoa para quem é importante tomar as suas próprias decisões sobre o que faz. Gosta de ser livre e não estar dependente dos outros	,724	-,095	,193	-,005	-,142	,241
Uma pessoa para quem é importante ajudar os que a rodeiam. Gosta de zelar pelo seu bem-estar	,769	,265	-,084	,217	,128	-,064
Uma pessoa para quem é importante ter sucesso. Gosta de receber o reconhecimento dos outros	,194	,057	,214	,793	,048	,208
Uma pessoa para quem é importante que o Governo garanta a sua segurança, contra todas as ameaças. Quer que o Estado seja forte, de modo a poder defender os	,004	,650	-,199	,193	-,114	,159

cidadãos						
Uma pessoa que procura a aventura e gosta de correr riscos. Quer ter uma vida emocionante	-,163	-,026	,857	,212	-,097	,075
Uma pessoa para quem é importante portar-se sempre como deve ser. Evita fazer coisas que os outros digam que é errado	,142	,687	-,031	-,148	,245	,159
Uma pessoa para quem é importante que os outros lhe tenham respeito. Quer que as pessoas façam o que ele diz	-,027	,101	,240	,320	-,008	,705
Uma pessoa para quem é importante ser leal para com os amigos. Dedicar-se às pessoas que lhe são próximas	,752	,218	-,056	,131	,285	-,136
Uma pessoa que acredita seriamente que as pessoas devem proteger a natureza. Proteger o ambiente é importante para ela	,164	,761	,247	-,031	,130	-,075
Uma pessoa que dá importância à tradição. Faz tudo o que pode para agir de acordo com a sua religião e a sua família	,054	,796	,002	-,095	,004	,223
Uma pessoa que procura aproveitar todas as oportunidades para se divertir. É importante para ela fazer coisas que lhe dão prazer	,436	-,135	,678	,072	-,050	,134

Anexo D 2

Análise factorial da totalidade dos itens

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,741
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	900,271
	df	210
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5,110	24,332	24,332	5,110	24,332	24,332	3,179	15,138	15,138
2	3,058	14,562	38,893	3,058	14,562	38,893	2,950	14,049	29,187
3	1,815	8,643	47,536	1,815	8,643	47,536	2,321	11,050	40,238
4	1,449	6,902	54,438	1,449	6,902	54,438	1,901	9,051	49,289
5	1,265	6,023	60,461	1,265	6,023	60,461	1,834	8,733	58,022
6	1,143	5,444	65,905	1,143	5,444	65,905	1,655	7,883	65,905
7	,928	4,419	70,324						
8	,803	3,826	74,150						
9	,768	3,659	77,809						
10	,687	3,269	81,078						
11	,599	2,853	83,931						
12	,586	2,791	86,722						
13	,495	2,359	89,081						
14	,415	1,974	91,055						

15	,368	1,755	92,810						
16	,327	1,559	94,369						
17	,319	1,518	95,887						
18	,253	1,204	97,091						
19	,231	1,102	98,193						
20	,193	,917	99,110						
21	,187	,890	100,000						

Rotated Component Matrix

	Component					
	1	2	3	4	5	6
Uma pessoa que dá importância a ter novas ideias e ser criativa. Gosta de fazer as coisas à sua maneira	,443	,174	,244	,124	-,417	,196
Uma pessoa para quem é importante ser rica. Quer ter muito dinheiro e coisas caras	-,004	,067	,146	,175	-,783	-,044
Uma pessoa que acha importante que todas as pessoas no mundo sejam tratadas igualmente.	,453	,484	,068	,310	,094	-,434
Acredita que todos devem ter as mesmas oportunidades na vida						
Uma pessoa que dá muita importância a poder mostrar as suas capacidades. Quer que as pessoas admirem o que faz	,129	-,173	,253	,806	-,154	-,004
Uma pessoa que dá importância a viver num sítio onde se sinta segura. Evita tudo o que possa por a sua segurança em risco	,128	,309	-,332	,290	,284	,472
Uma pessoa que gosta de surpresas e está sempre à procura de coisas novas para fazer. Acha que é importante fazer muitas coisas diferentes na vida	,230	,175	,738	,266	,070	-,127
Uma pessoa que acha que as pessoas devem fazer o que lhes mandam. Acha que as pessoas devem cumprir sempre as regras mesmo quando ninguém está a ver	,208	,245	-,061	-,069	,036	,635

Uma pessoa para quem é importante ouvir pessoas diferentes de si. Mesmo quando discorda de alguém continua a querer compreender essa pessoa	,281	,264	,209	,173	,553	,020
Uma pessoa para quem é importante ser humilde e modesta. Tenta não chamar as atenções sobre si	,350	,354	,032	,056	,598	,085
Uma pessoa para quem é importante passar bons momentos. Gosta de tratar bem de si	,678	,067	,146	,048	,206	,160
Uma pessoa para quem é importante tomar as suas próprias decisões sobre o que faz. Gosta de ser livre e não estar dependente dos outros	,724	-,095	,193	-,005	-,142	,241
Uma pessoa para quem é importante ajudar os que a rodeiam. Gosta de zelar pelo seu bem-estar	,769	,265	-,084	,217	,128	-,064
Uma pessoa para quem é importante ter sucesso. Gosta de receber o reconhecimento dos outros	,194	,057	,214	,793	,048	,208
Uma pessoa para quem é importante que o Governo garanta a sua segurança, contra todas as ameaças. Quer que o Estado seja forte, de modo a poder defender os cidadãos	,004	,650	-,199	,193	-,114	,159
Uma pessoa que procura a aventura e gosta de correr riscos. Quer ter uma vida emocionante	-,163	-,026	,857	,212	-,097	,075

Uma pessoa para quem é importante portar-se sempre como deve ser. Evita fazer coisas que os outros digam que é errado	,142	,687	-,031	-,148	,245	,159
Uma pessoa para quem é importante que os outros lhe tenham respeito. Quer que as pessoas façam o que ele diz	-,027	,101	,240	,320	-,008	,705
Uma pessoa para quem é importante ser leal para com os amigos. Dedicar-se às pessoas que lhe são próximas	,752	,218	-,056	,131	,285	-,136
Uma pessoa que acredita seriamente que as pessoas devem proteger a natureza. Proteger o ambiente é importante para ela	,164	,761	,247	-,031	,130	-,075
Uma pessoa que dá importância à tradição. Faz tudo o que pode para agir de acordo com a sua religião e a sua família	,054	,796	,002	-,095	,004	,223
Uma pessoa que procura aproveitar todas as oportunidades para se divertir. É importante para ela fazer coisas que lhe dão prazer	,436	-,135	,678	,072	-,050	,134

Anexo D 3

Análise factorial da totalidade dos itens (forçada a 4 factores)

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,741
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	900,271
	df	210
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5,110	24,332	24,332	5,110	24,332	24,332	3,674	17,493	17,493
2	3,058	14,562	38,893	3,058	14,562	38,893	3,209	15,281	32,774
3	1,815	8,643	47,536	1,815	8,643	47,536	2,690	12,808	45,583
4	1,449	6,902	54,438	1,449	6,902	54,438	1,860	8,855	54,438
5	1,265	6,023	60,461						
6	1,143	5,444	65,905						
7	,928	4,419	70,324						
8	,803	3,826	74,150						
9	,768	3,659	77,809						
10	,687	3,269	81,078						
11	,599	2,853	83,931						
12	,586	2,791	86,722						
13	,495	2,359	89,081						

14	,415	1,974	91,055						
15	,368	1,755	92,810						
16	,327	1,559	94,369						
17	,319	1,518	95,887						
18	,253	1,204	97,091						
19	,231	1,102	98,193						
20	,193	,917	99,110						
21	,187	,890	100,000						

Anexo D 4

Análise factorial das 4 dimensões da Escala de Valores de Schwartz

Auto-Transcendência

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,792
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	148,819
	df	10
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,687	53,749	53,749	2,687	53,749	53,749
2	,775	15,491	69,240			
3	,717	14,332	83,572			
4	,465	9,293	92,866			
5	,357	7,134	100,000			

Component Matrix

	Component
	1
Uma pessoa que acha importante que todas as pessoas no mundo sejam tratadas igualmente.	,785
Acredita que todos devem ter as mesmas oportunidades na vida	
Uma pessoa para quem é importante ouvir pessoas diferentes de si. Mesmo quando discorda de alguém continua a querer compreender essa pessoa	,612

Uma pessoa para quem é importante ajudar os que a rodeiam. Gosta de zelar pelo seu bem-estar	,803
Uma pessoa para quem é importante ser leal para com os amigos. Dedicar-se às pessoas que lhe são próximas	,817
Uma pessoa que acredita seriamente que as pessoas devem proteger a natureza. Proteger o ambiente é importante para ela	,619

Auto-promoção

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,618
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	70,530
	df	6
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1,923	48,068	48,068	1,923	48,068	48,068
2	,990	24,739	72,807			
3	,699	17,484	90,291			
4	,388	9,709	100,000			

Component Matrix

	Component
	1
Uma pessoa para quem é importante ser rica. Quer	,387

ter muito dinheiro e coisas caras	
Uma pessoa que dá muita importância a poder mostrar as suas capacidades. Quer que as pessoas admirem o que faz	,852
Uma pessoa para quem é importante ter sucesso. Gosta nde receber o reconhecimento dos outros	,831
Uma pessoa para quem é importante que os outros lhe tenham respeito. Quer que as pessoas façam o que ele diz	,597

Conservação

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,704
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	134,861
	df	15
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,574	42,900	42,900	2,574	42,900	42,900
2	,976	16,268	59,168			
3	,824	13,739	72,907			
4	,778	12,973	85,880			
5	,496	8,272	94,151			
6	,351	5,849	100,000			

Component Matrix

	Component 1
Uma pessoa que dá importância a viver num sítio onde se sinta segura. Evita tudo o que possa por a sua segurança em risco	,635
Uma pessoa que acha que as pessoas devem fazer o que lhes mandam. Acha que as pessoas devem cumprir sempre as regras mesmo quando ninguém está a ver	,556
Uma pessoa para quem é importante ser humilde e modesta. Tenta não chamar as atenções sobre si	,604
Uma pessoa para quem é importante que o Governo garanta a sua segurança, contra todas as ameaças. Quer que o Estado seja forte, de modo a poder defender os cidadãos	,597
Uma pessoa para quem é importante portar-se sempre como deve ser. Evita fazer coisas que os outros digam que é errado	,760
Uma pessoa que dá importância à tradição. Faz tudo o que pode para agir de acordo com a sua religião e a sua família	,750

Abertura à mudança

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,715
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	155,303
	df	15
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,640	44,003	44,003	2,640	44,003	44,003	1,936	32,267	32,267
2	1,163	19,384	63,387	1,163	19,384	63,387	1,867	31,120	63,387
3	,791	13,180	76,567						
4	,606	10,100	86,667						
5	,451	7,520	94,186						
6	,349	5,814	100,000						

Component Matrix

	Component	
	1	2
Uma pessoa que dá importância a ter novas ideias e ser criativa. Gosta de fazer as coisas à sua maneira	,559	,262
Uma pessoa que gosta de surpresas e está sempre à procura de coisas novas para fazer. Acha que é importante fazer muitas coisas diferentes na vida	,761	-,371
Uma pessoa para quem é importante passar bons momentos. Gosta de tratar bem de si	,564	,517
Uma pessoa para quem é importante tomar as suas próprias decisões sobre o que faz. Gosta de ser livre e não estar dependente dos outros	,631	,504
Uma pessoa que procura a aventura e gosta de correr riscos. Quer ter uma vida emocionante	,629	-,655
Uma pessoa que procura aproveitar todas as oportunidades para se divertir. É importante para ela fazer coisas que lhe dão prazer	,798	-,076

Anexo E*Estatística descritiva*

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Auto-Transcendencia	110	4,8	1,0	5,8	2,333	,7928
Auto-Promocao	110	3,3	1,8	5,0	3,468	,8621
Conservacao	110	3,7	1,2	4,8	2,933	,8466
Abertura a mudanca	110	3,7	1,2	4,8	2,552	,7708
Esperanca	110	2,8	2,8	5,7	4,361	,6935
optimismo	110	4,0	2,0	6,0	4,512	,7738
Resiliencia	110	2,7	3,0	5,7	4,332	,4954
Auto-Eficacia	110	3,2	2,8	6,0	4,350	,6206
optimismo (com item PC_B5)	110	3,8	2,3	6,0	4,675	,7228
Valid N (listwise)	110					

Anexo F*Correlações*

Anexo F 1

Correlações das escalas de Valores de Schwartz

Correlations

		Auto- Transcend encia	Auto- Promocao	Conservacao	Abertura a mudanca
Auto-Transcendencia	Pearson Correlation	1	,132	,534(**)	,410(**)
	Sig. (2-tailed)		,168	,000	,000
	N	110	110	110	110
Auto-Promocao	Pearson Correlation	,132	1	,069	,483(**)
	Sig. (2-tailed)	,168		,475	,000
	N	110	110	110	110
Conservacao	Pearson Correlation	,534(**)	,069	1	,110
	Sig. (2-tailed)	,000	,475		,253
	N	110	110	110	110
Abertura a mudanca	Pearson Correlation	,410(**)	,483(**)	,110	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,253	
	N	110	110	110	110

Anexo F 3

Correlações das escalas do Psycap

Correlations

		Esperanca	optimismo	Resiliencia	Auto-Eficacia	optimismo (com item PC_B5)
Esperanca	Pearson Correlation	1	,634(**)	,572(**)	,609(**)	,591(**)
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	110	110	110	110	110
optimismo	Pearson Correlation	,634(**)	1	,480(**)	,586(**)	,958(**)
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	110	110	110	110	110
Resiliencia	Pearson Correlation	,572(**)	,480(**)	1	,677(**)	,472(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	110	110	110	110	110
Auto-Eficacia	Pearson Correlation	,609(**)	,586(**)	,677(**)	1	,578(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	110	110	110	110	110
optimismo (com item PC_B5)	Pearson Correlation	,591(**)	,958(**)	,472(**)	,578(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	110	110	110	110	110

Anexo F 4

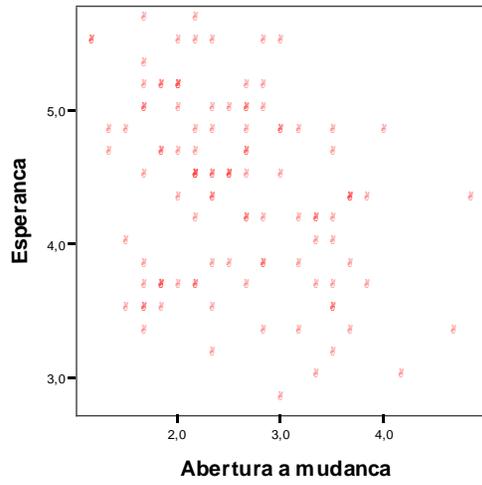
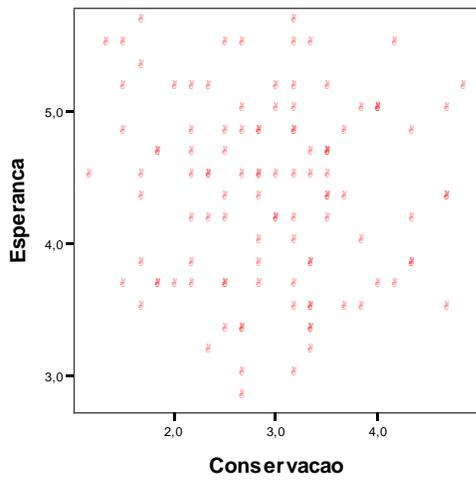
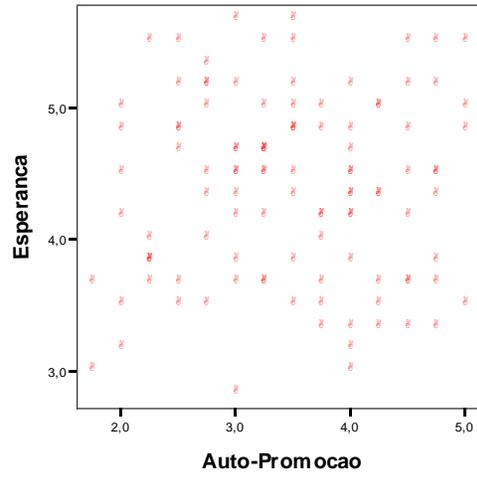
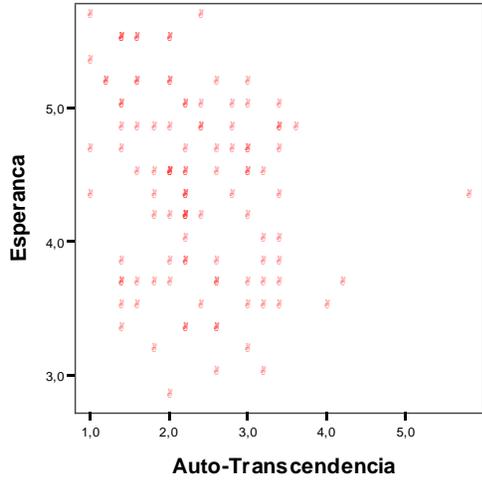
Correlações entre as escalas de Valores de Schwartz e as escalas do Psycap

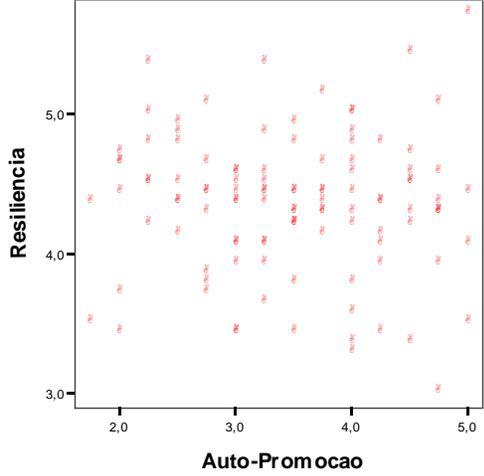
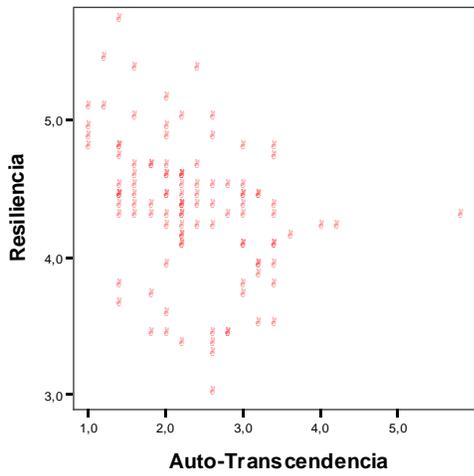
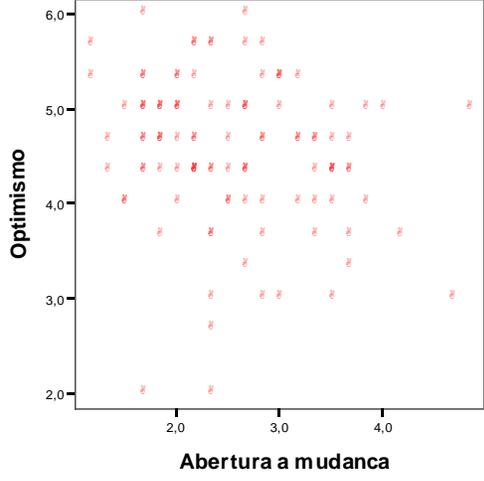
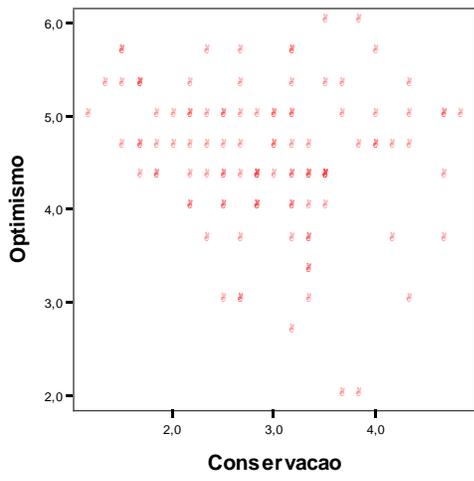
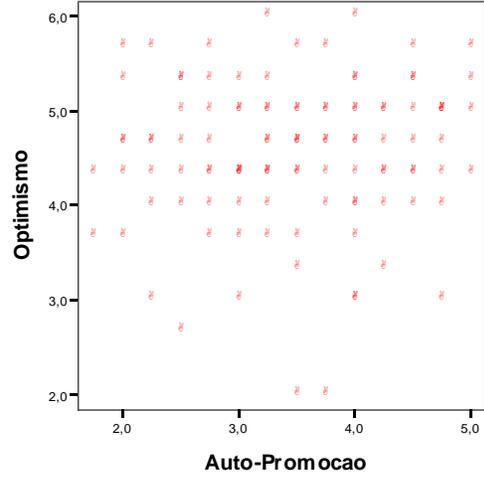
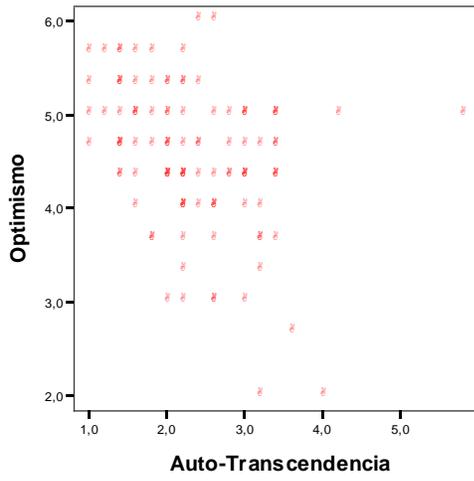
Correlations

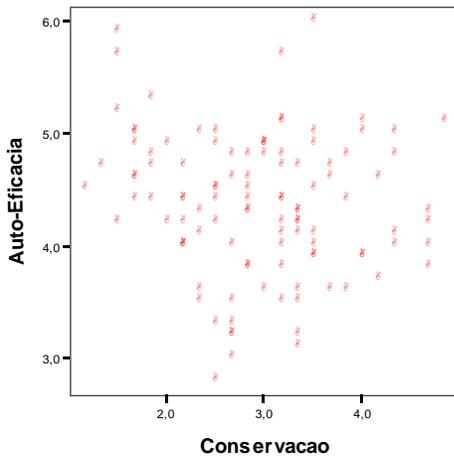
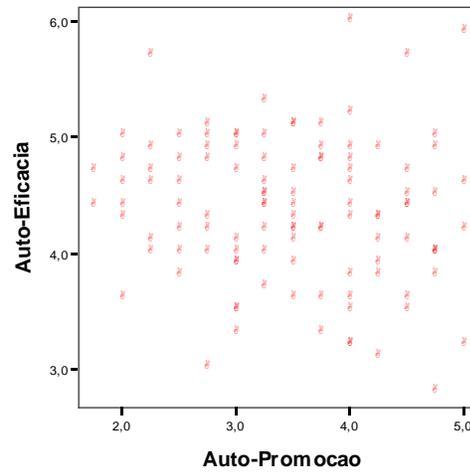
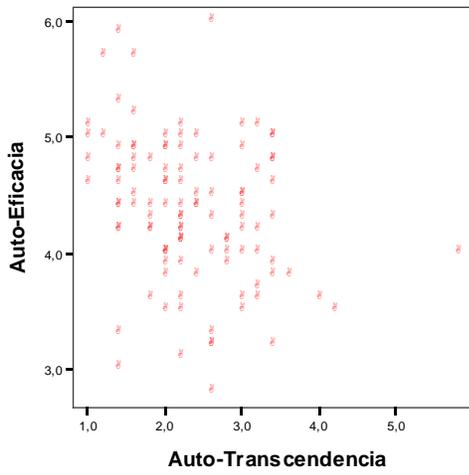
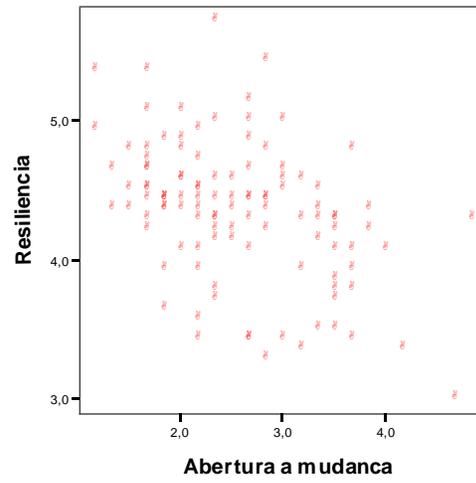
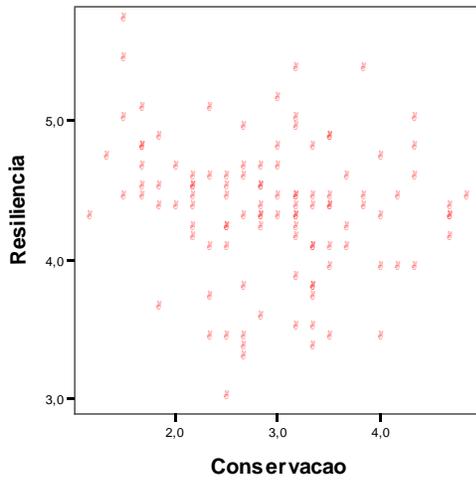
		Esperanca	optimismo	Resiliencia	Auto-Eficacia	optimismo (com item PC_B5)
Auto- Transcendencia	Pearson Correlation	-,254(**)	-,342(**)	-,340(**)	-,294(**)	-,324(**)
	Sig. (2-tailed)	,007	,000	,000	,002	,001
	N	110	110	110	110	110
Auto-Promocao	Pearson Correlation	,036	,077	-,041	-,123	,077
	Sig. (2-tailed)	,709	,422	,673	,202	,423
	N	110	110	110	110	110
Conservacao	Pearson Correlation	-,055	-,174	-,158	-,150	-,146
	Sig. (2-tailed)	,568	,069	,099	,117	,127
	N	110	110	110	110	110
Abertura a mudanca	Pearson Correlation	-,313(**)	-,198(*)	-,428(**)	-,332(**)	-,207(*)
	Sig. (2-tailed)	,001	,038	,000	,000	,030
	N	110	110	110	110	110

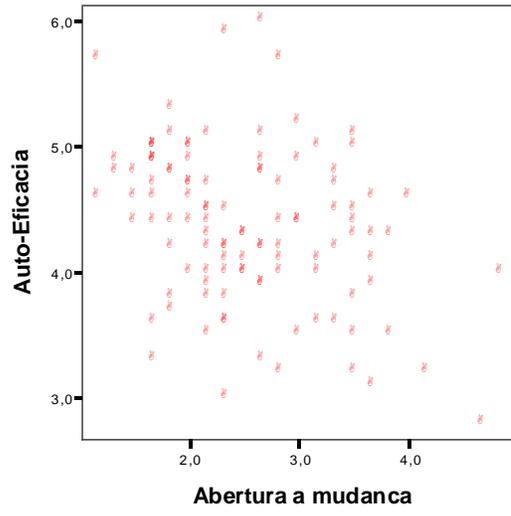
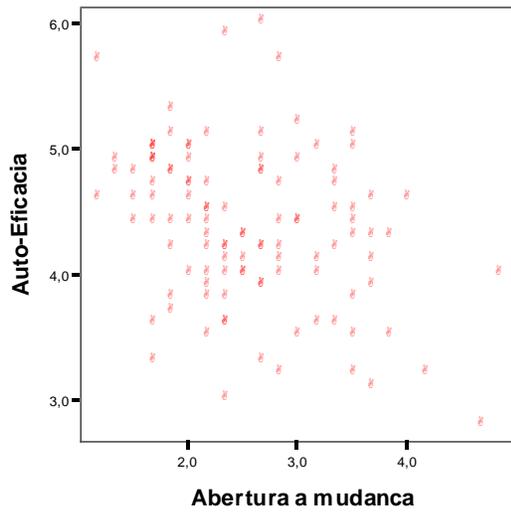
Anexo F 6

Análise gráfica das correlações entre as escalas de Valores de Schwartz e as escalas do Psycap









Anexo F 7

Correlação entre conservação e optimismo depois de eliminados os *outliers*.

Correlations

		Conservacao	optimismo
Conservacao	Pearson Correlation	1	-,326(**)
	Sig. (2-tailed)		,002
	N	89	89
optimismo	Pearson Correlation	-,326(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,002	
	N	89	89

Anexo F 8

Correlação entre conservação e auto-eficácia depois de eliminados os *outliers*.

Correlations

		Conservacao	Auto-Eficacia
Conservacao	Pearson Correlation	1	-,235(*)
	Sig. (2-tailed)		,027
	N	89	89
Auto-Eficacia	Pearson Correlation	-,235(*)	1
	Sig. (2-tailed)	,027	
	N	89	89

Anexo G*Regressões*

Anexo G 1

Impacto dos Valores na dimensão Esperança

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Benevolencia, Estimulacao, Autonomia, Universalismo, Hedonismo(a)	.	Enter

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,371(a)	,137	,096	,6593	1,723

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7,207	5	1,441	3,316	,008(a)
	Residual	45,211	104	,435		
	Total	52,418	109			

Anexo G 1.1

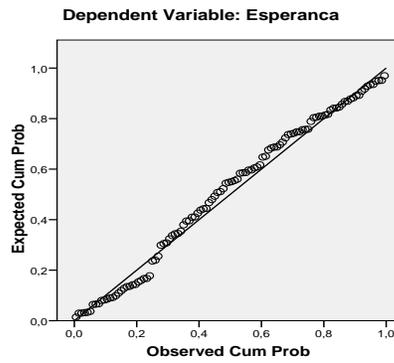
Pressuposto da regressão: Normalidade de resíduos

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

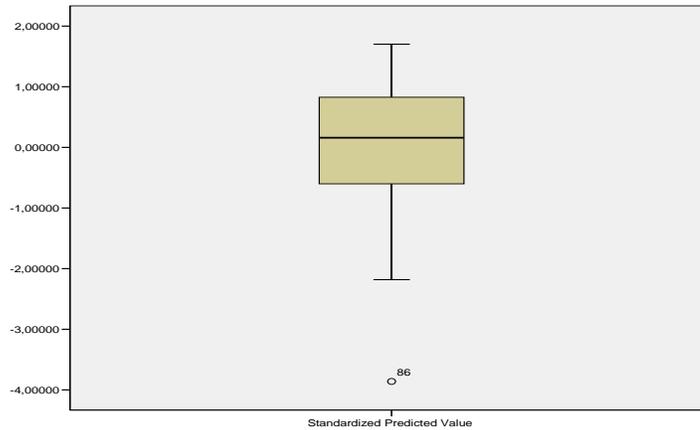
		Unstandardize d Residual
N		110
Normal Parameters(a,b)	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,64403633
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,075
	Negative	-,064
Kolmogorov-Smirnov Z		,784
Asymp. Sig. (2-tailed)		,570

a Test distribution is Normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Análise dos outliers



Análise da regressão após retirar o caso 86 (*outlier*)

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Benevolencia, Estimulacao, Autonomia, Universalismo, Hedonismo(a)	.	Enter

Model Summary

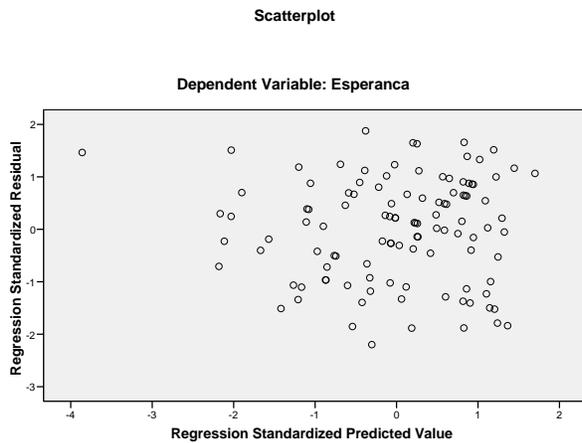
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,400(a)	,160	,120	,6537

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8,405	5	1,681	3,934	,003(a)
	Residual	44,013	103	,427		
	Total	52,417	108			

Anexo G 1.2

Pressuposto da regressão: Homocedasticidade



Anexo G 1.3

Pressuposto da regressão: Multicolinearidade

Correlations

		Benevolencia	Universalismo	Autonomia	Estimulacao	Hedonismo
Benevolencia	Pearson Correlation	1	,613(**)	,429(**)	,020	,496(**)
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,835	,000
	N	110	110	110	110	110
Universalismo	Pearson Correlation	,613(**)	1	,265(**)	,270(**)	,313(**)
	Sig. (2-tailed)	,000		,005	,004	,001
	N	110	110	110	110	110
Autonomia	Pearson Correlation	,429(**)	,265(**)	1	,296(**)	,476(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,005		,002	,000
	N	110	110	110	110	110
Estimulacao	Pearson Correlation	,020	,270(**)	,296(**)	1	,438(**)
	Sig. (2-tailed)	,835	,004	,002		,000
	N	110	110	110	110	110
Hedonismo	Pearson Correlation	,496(**)	,313(**)	,476(**)	,438(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	
	N	110	110	110	110	110

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	B	Std. Error
1	(Constant)	5,490	,267		20,557	,000		
	Estimulacao	-,126	,069	-,205	-1,813	,073	,635	1,574
	Hedonismo	,051	,091	,066	,558	,578	,574	1,742
	Autonomia	-,165	,085	-,204	-1,952	,054	,749	1,336
	Universalismo	-,085	,097	-,101	-,874	,384	,604	1,655
	Benevolencia	-,130	,118	-,146	-1,102	,273	,467	2,142

Collinearity Diagnostics

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	Estimulacao	Hedonismo	Autonomia	Universali smo	Benevolencia
1	1	5,612	1,000	,00	,00	,00	,00	,00	,00
	2	,142	6,287	,00	,28	,01	,00	,03	,18
	3	,098	7,580	,04	,07	,32	,12	,20	,01
	4	,076	8,568	,05	,02	,32	,62	,02	,02
	5	,042	11,546	,91	,11	,03	,21	,17	,01
	6	,030	13,649	,00	,52	,31	,05	,58	,79

Anexo G 1.4

Análise Stepwise

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Autonomia	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= ,050, Probability-of-F-to-remove >= ,100).
2	Universalismo	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= ,050, Probability-of-F-to-remove >= ,100).

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,302(a)	,091	,083	,6672
2	,362(b)	,131	,115	,6554

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,782	1	4,782	10,742	,001(a)
	Residual	47,635	107	,445		
	Total	52,417	108			
2	Regression	6,882	2	3,441	8,011	,001(b)
	Residual	45,535	106	,430		
	Total	52,417	108			

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	4,953	,192		25,848	,000
	Autonomia	-,245	,075	-,302	-3,277	,001
2	(Constant)	5,302	,246		21,579	,000
	Autonomia	-,214	,075	-,264	-2,861	,005
	Universalismo	-,170	,077	-,204	-2,211	,029

Excluded Variables

Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
		Tolerance	Tolerance	Tolerance	Tolerance	Tolerance
1	Benevolencia	-,148(a)	-1,506	,135	-,145	,874
	Universalismo	-,204(a)	-2,211	,029	-,210	,965
	Estimulacao	-,183(a)	-1,931	,056	-,184	,925
	Hedonismo	-,081(a)	-,787	,433	-,076	,813
2	Benevolencia	-,049(b)	-,428	,670	-,042	,634
	Estimulacao	-,147(b)	-1,535	,128	-,148	,887
	Hedonismo	-,042(b)	-,407	,685	-,040	,787

Anexo G 2

Impacto dos Valores na dimensão Resiliência

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Benevolencia, Estimulacao, Autonomia, Universalismo, Hedonismo(a)	.	Enter

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,483(a)	,234	,197	,4440	1,949

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6,249	5	1,250	6,340	,000(a)
	Residual	20,502	104	,197		
	Total	26,751	109			

Anexo G 2.1

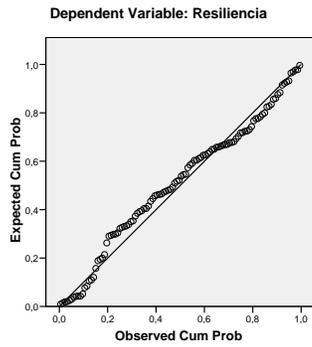
Pressuposto da regressão: Normalidade de resíduos

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

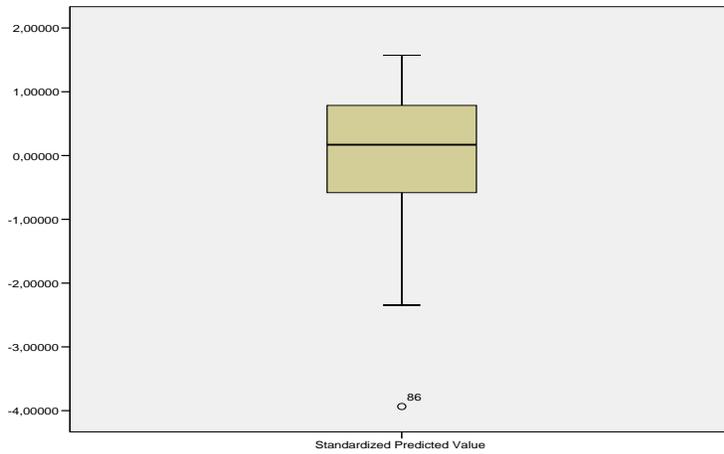
		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters(a,b)	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,43369150
Most Extreme Differences	Absolute	,086
	Positive	,055
	Negative	-,086
Kolmogorov-Smirnov Z		,902
Asymp. Sig. (2-tailed)		,390

a Test distribution is Normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Análise de outliers



Análise da regressão após retirar o caso 86 (outlier)

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Benevolencia, Estimulacao, Autonomia, Universalismo, Hedonismo(a)	.	Enter

Model Summary

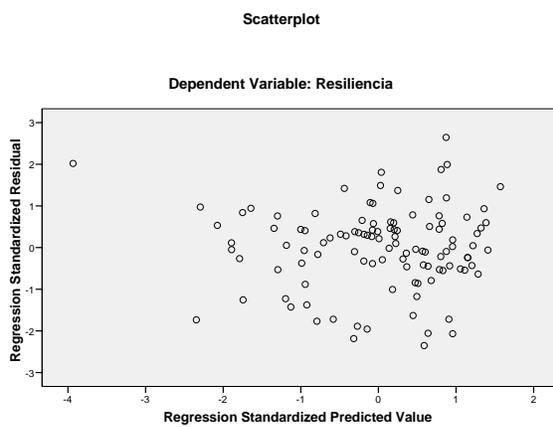
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,522(a)	,272	,237	,4348

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7,280	5	1,456	7,703	,000(a)
	Residual	19,469	103	,189		
	Total	26,749	108			

Anexo G 2.2

Pressuposto da regressão: Homocedasticidade



Anexo G 2.3

Pressuposto da regressão: Multicolinearidade

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	B	Std. Error
1	(Constant)	5,389	,178		30,339	,000		
	Estimulacao	-,075	,046	-,172	-1,633	,105	,635	1,574
	Hedonismo	-,020	,060	-,036	-,328	,744	,574	1,742
	Autonomia	-,161	,056	-,278	-2,859	,005	,749	1,336
	Universalismo	-,105	,064	-,176	-1,623	,108	,604	1,655
	Benevolencia	-,070	,078	-,110	-,894	,373	,467	2,142

Collinearity Diagnostics

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	Estimulacao	Hedonismo	Autonomia	Universali smo	Benevolencia
1	1	5,612	1,000	,00	,00	,00	,00	,00	,00
	2	,142	6,287	,00	,28	,01	,00	,03	,18
	3	,098	7,580	,04	,07	,32	,12	,20	,01
	4	,076	8,568	,05	,02	,32	,62	,02	,02
	5	,042	11,546	,91	,11	,03	,21	,17	,01
	6	,030	13,649	,00	,52	,31	,05	,58	,79

Anexo G 2.4

Análise Stepwise

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Autonomia	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= ,050, Probability-of-F-to-remove >= ,100).
2	Universalismo	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= ,050, Probability-of-F-to-remove >= ,100).

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,413(a)	,170	,163	,4554
2	,491(b)	,241	,227	,4377

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,556	1	4,556	21,966	,000(a)
	Residual	22,193	107	,207		
	Total	26,749	108			
2	Regression	6,446	2	3,223	16,826	,000(b)
	Residual	20,303	106	,192		
	Total	26,749	108			

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	4,910	,131		37,542	,000
	Autonomia	-,240	,051	-,413	-4,687	,000
2	(Constant)	5,241	,164		31,947	,000
	Autonomia	-,210	,050	-,362	-4,199	,000
	Universalismo	-,161	,051	-,271	-3,141	,002

Excluded Variables

Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
		Tolerance	Tolerance	Tolerance	Tolerance	Tolerance
1	Benevolencia	-,191(a)	-2,058	,042	-,196	,874
	Universalismo	-,271(a)	-3,141	,002	-,292	,965
	Estimulacao	-,204(a)	-2,272	,025	-,215	,925
	Hedonismo	-,173(a)	-1,794	,076	-,172	,813
2	Benevolencia	-,058(b)	-,542	,589	-,053	,634
	Estimulacao	-,154(b)	-1,735	,086	-,167	,887
	Hedonismo	-,124(b)	-1,304	,195	-,126	,787

Anexo G 3

Impacto dos Valores na dimensão Optimismo.

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Benevolencia, Estimulacao, Autonomia, Universalismo, Hedonismo(a)	.	Enter

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,388(a)	,150	,109	,7302	1,861

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9,811	5	1,962	3,680	,004(a)
	Residual	55,450	104	,533		
	Total	65,262	109			

Anexo G 3.1

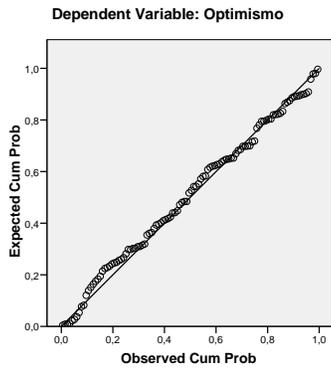
Pressuposto da regressão: Normalidade de resíduos

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

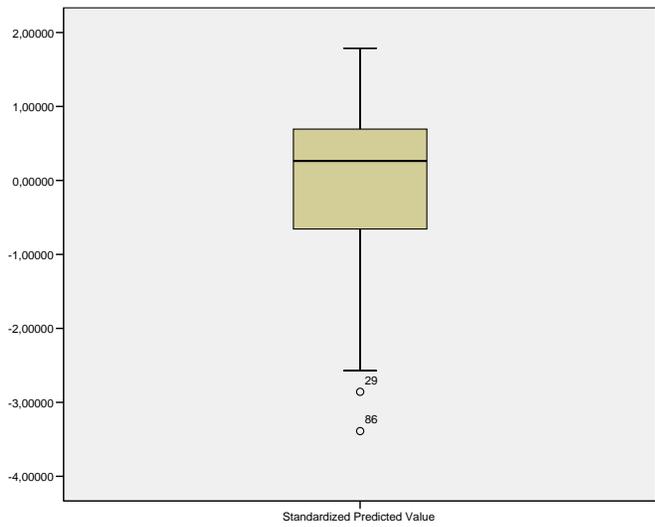
		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters(a,b)	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,71324611
Most Extreme Differences	Absolute	,056
	Positive	,050
	Negative	-,056
Kolmogorov-Smirnov Z		,582
Asymp. Sig. (2-tailed)		,887

a Test distribution is Normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Análise dos outliers



Análise da regressão após retirar os casos 29 e 86 (*outliers*)

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Benevolencia, Estimulacao, Autonomia, Universalismo, Hedonismo(a)	.	Enter

Model Summary

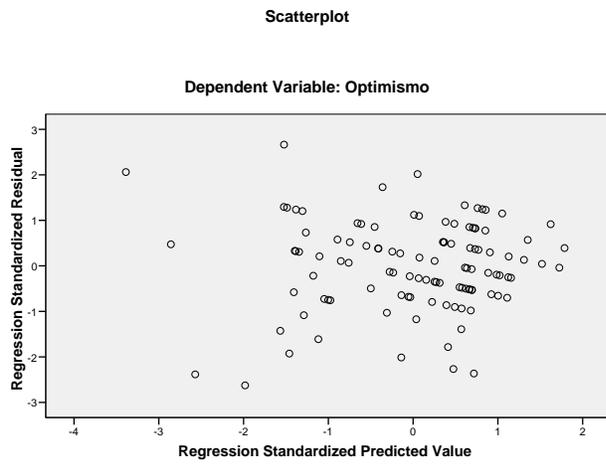
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,437(a)	,191	,152	,7165

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12,393	5	2,479	4,828	,001(a)
	Residual	52,368	102	,513		
	Total	64,761	107			

Anexo G 3.2

Pressuposto da regressão: Homocedasticidade



Anexo G 3.3

Pressuposto da regressão: Multicolinearidade

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	B	Std. Error
1	(Constant)	5,744	,298		19,277	,000		
	Estimulacao	-,043	,077	-,061	-,560	,576	,661	1,513
	Hedonismo	-,030	,100	-,036	-,303	,763	,564	1,772
	Autonomia	-,045	,094	-,050	-,479	,633	,742	1,348
	Universalismo	-,381	,112	-,398	-3,407	,001	,580	1,724
	Benevolencia	,007	,132	,007	,056	,956	,452	2,214

Collinearity Diagnostics

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	Estimulacao	Hedonismo	Autonomia	Universali smo	Benevolencia
1	1	5,622	1,000	,00	,00	,00	,00	,00	,00
	2	,141	6,315	,00	,26	,03	,00	,05	,15
	3	,091	7,848	,05	,12	,24	,22	,15	,01
	4	,077	8,553	,07	,01	,39	,51	,01	,02
	5	,039	11,953	,87	,25	,12	,18	,12	,02
	6	,030	13,751	,01	,36	,22	,09	,67	,78

Anexo G 3.4

Análise Stepwise

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Universalismo	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= ,050, Probability-of-F-to-remove >= ,100).

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,424(a)	,180	,172	,7079

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11,641	1	11,641	23,228	,000(a)
	Residual	53,121	106	,501		
	Total	64,761	107			

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	5,518	,219		25,143	,000
	Universalismo	-,406	,084	-,424	-4,820	,000

Excluded Variables

Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
		Tolerance	Tolerance	Tolerance	Tolerance	Tolerance
1	Benevolencia	-,016(a)	-,143	,886	-,014	,637
	Autonomia	-,077(a)	-,858	,393	-,083	,968
	Estimulacao	-,089(a)	-,998	,320	-,097	,964
	Hedonismo	-,082(a)	-,893	,374	-,087	,927

Anexo G 4

Impacto dos Valores na dimensão Auto-eficácia.

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Benevolencia, Estimulacao, Autonomia, Universalismo, Hedonismo(a)	.	Enter

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,420(a)	,177	,137	,5765	1,951

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7,414	5	1,483	4,462	,001(a)
	Residual	34,561	104	,332		
	Total	41,975	109			

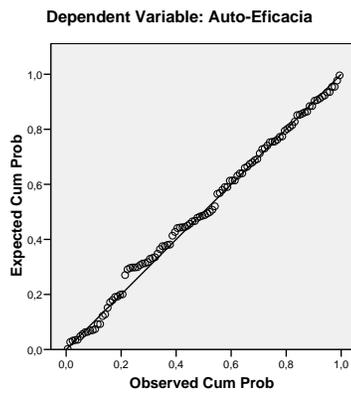
Anexo G 4.1

Pressuposto da regressão: Normalidade de resíduos

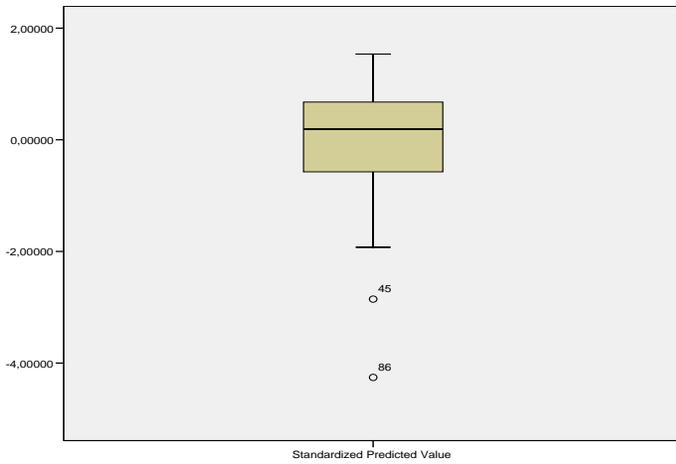
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		110
Normal Parameters(a,b)	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,56309613
	Absolute	,068
Most Extreme Differences	Positive	,040
	Negative	-,068
Kolmogorov-Smirnov Z		,715
Asymp. Sig. (2-tailed)		,686

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Análise dos outliers



Análise da regressão após retirar os casos 45 e 86 (*outliers*)

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Benevolencia, Estimulacao, Autonomia, Universalismo, Hedonismo(a)	.	Enter

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,421(a)	,178	,137	,5758

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7,299	5	1,460	4,403	,001(a)
	Residual	33,817	102	,332		
	Total	41,117	107			

Análise da regressão após retirar o caso 86 (*outlier*)

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Benevolencia, Estimulacao, Autonomia, Universalismo, Hedonismo(a)	.	Enter

Model Summary

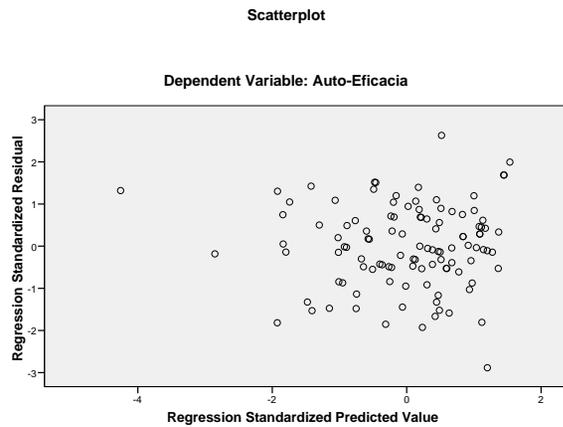
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,438(a)	,192	,153	,5730

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8,033	5	1,607	4,893	,000(a)
	Residual	33,818	103	,328		
	Total	41,851	108			

Anexo G 4.2

Pressuposto da regressão: Homocedasticidade



Anexo G 4.3

Pressuposto da regressão: Multicolinearidade

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	B	Std. Error	
1	(Constant)	5,364	,234		22,912	,000		
	Estimulacao	-,027	,061	-,049	-,440	,661	,635	1,574
	Hedonismo	-,024	,079	-,035	-,302	,763	,574	1,742
	Autonomia	-,200	,074	-,276	-2,696	,008	,749	1,336
	Universalismo	-,045	,085	-,061	-,533	,595	,604	1,655
	Benevolencia	-,140	,103	-,177	-1,363	,176	,467	2,142

Collinearity Diagnostics

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
		(Constant)	Estimulacao	Hedonismo	Autonomia	Universalismo	Benevolencia	(Constant)	Estimulacao
1	1	5,612	1,000	,00	,00	,00	,00	,00	,00
	2	,142	6,287	,00	,28	,01	,00	,03	,18
	3	,098	7,580	,04	,07	,32	,12	,20	,01
	4	,076	8,568	,05	,02	,32	,62	,02	,02
	5	,042	11,546	,91	,11	,03	,21	,17	,01
	6	,030	13,649	,00	,52	,31	,05	,58	,79

Anexo G 4.4

Análise Stepwise

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Autonomia	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= ,050, Probability-of-F-to-remove >= ,100).

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,379(a)	,143	,135	,5770

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6,014	1	6,014	18,063	,000(a)
	Residual	35,961	108	,333		
	Total	41,975	109			

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	4,994	,161		30,975	,000
	Autonomia	-,264	,062	-,379	-4,250	,000

Excluded Variables

Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
		Tolerance	Tolerance	Tolerance	Tolerance	Tolerance
1	Benevolencia	-,184(a)	-1,885	,062	-,179	,816
	Universalismo	-,144(a)	-1,573	,119	-,150	,930
	Estimulacao	-,044(a)	-,470	,640	-,045	,912
	Hedonismo	-,117(a)	-1,159	,249	-,111	,774