

1120

Instituto Superior de Psicologia Aplicada

DM  
LOPE/A. L



# CAPITAL PSICOLÓGICO E VALORES. EXISTE UMA RELAÇÃO?

ANA ISABEL NUNES AFONSO LOPES  
Nº 16861

Dissertação orientada por Prof. Doutor Jorge Gomes

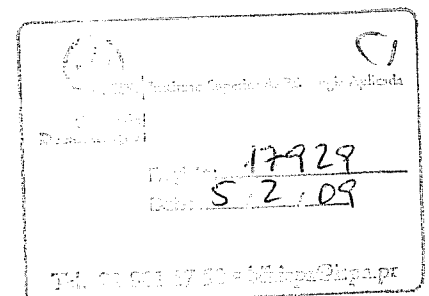
Tese submetida como requisito parcial para obtenção do grau de

**Mestre em Psicologia Aplicada**

Especialidade em Comportamento Organizacional



2008



Um primeiro agradecimento ao meu orientador, Professor Doutor Jorge Gomes, que me ofereceu uma alternativa quando pensei que não me restava outra solução que não fosse desistir do sonho.

À Neusa, por me ter despertado como seu “abanão cirúrgico” e me impulsionou para concluir o trabalho.

(Afinal, esta não é a parte mais fácil...)

Preciso, quero, agradecer a várias pessoas mas não será suficiente colocar aqui o seu nome...digamos que agradeço a todos os que acreditaram em mim e me ajudaram a acreditar que conseguiria concluir com sucesso esta etapa da minha vida.

Aqui se inclui a minha família, nomeadamente os meus pais, pelo apoio a todos os níveis, em todos os momentos. A minha irmã e sobrinhos, que ajudam a colorir a minha vida.

Os meus sogros, pelo apoio logístico nesta recta final. Ao meu sogro, por todas as ajudas e palavras... as ditas e as não ditas...obrigada.

Incluo também aqui os meus amigos...ao João Robalo e à Vanessa que passaram da intenção à acção e me ajudaram, efectivamente, a ser bem sucedida. Ao Bandos, à Rita, à Ângela, obrigada pelo constante incentivo. E a todos os outros amigos que estão sempre cá, no coração.

Por último, para que possam ser os primeiros, ao João Luís e aos meus filhos com um pedido de desculpa pelas horas que lhes roubei.

João Diogo e Gonçalo, obrigada por existirem. Este sucesso foi conseguido com muito esforço e é para vós.

## ÍNDICE

<b>RESUMO .....</b>	<b>7</b>
<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>REVISÃO DA LITERATURA.....</b>	<b>10</b>
<b>Movimento da Psicologia Positiva .....</b>	<b>10</b>
<i>Origem e definição .....</i>	<i>10</i>
<b>Comportamento organizacional Positivo .....</b>	<b>11</b>
<i>Origem e definição .....</i>	<i>12</i>
<i>Operacionalização do COP .....</i>	<i>13</i>
<b>Capital psicológico .....</b>	<b>14</b>
<i>Origem e definição .....</i>	<i>14</i>
<i>As Capacidades Psicológicas do PsyCap .....</i>	<i>15</i>
<b>Cultura Organizacional.....</b>	<b>19</b>
<i>Origem e Definição.....</i>	<i>20</i>
<i>Perspectivas de Cultura Organizacional.....</i>	<i>21</i>
<i>Cultura como Metáfora Organizacional .....</i>	<i>23</i>
<b>Socialização .....</b>	<b>25</b>
<i>Origem e Definição.....</i>	<i>25</i>
<i>Características e modelos do Processo de Socialização .....</i>	<i>26</i>
<i>Consequências do Processo de Socialização .....</i>	<i>31</i>
<b>Valores.....</b>	<b>33</b>
<i>Origem e Definição.....</i>	<i>33</i>
<i>A Necessidade de Valores Partilhados .....</i>	<i>36</i>
<i>Modelo de Valores.....</i>	<i>38</i>
<b>OBJECTIVOS E HIPÓTESES DE INVESTIGAÇÃO .....</b>	<b>42</b>
<b>MÉTODO .....</b>	<b>44</b>
<b>Estrutura da investigação .....</b>	<b>44</b>
<b>Participantes .....</b>	<b>44</b>
<b>O Instrumento .....</b>	<b>46</b>
<b>Recolha de dados - Procedimentos .....</b>	<b>50</b>
<b>RESULTADOS .....</b>	<b>51</b>
<b>Análise das Qualidades Métricas da Escala de Valores de Schwartz</b>	<b>51</b>
<b>Análise das Qualidades Métricas do PsyCap.....</b>	<b>55</b>
<b>Estudo das Hipóteses da Investigação.....</b>	<b>59</b>
<b>Procedimentos Exploratórios.....</b>	<b>62</b>
<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>74</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>77</b>

## ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1: Definição conceptual das quatro capacidades psicológicas positivas	16
Quadro 2: Passos da socialização organizacional	28
Quadro 3: Definições dos tipos motivacionais de valores	39
Quadro 4: Valor KMO p ara Escala de Valores	51
Quadro 5: Quadro comparativo das várias estruturas dos itens	52
Quadro 6: Quadro resumo da estrutura proposta por Schwartz	53
Quadro 7: Alpha de Cronbach dos 21 itens Escala de Schwartz	54
Quadro 8: Alpha de Cronbach dos factores da Escala de Valores	54
Quadro 9: Parâmetros de normalidade para os factores da Escala de Valores	55
Quadro 10: Valor KMO para PsyCap	56
Quadro 11: Quadro resumo da Estrutura do PsyCap	57
Quadro 12: Alpha de Cronbach dos factores do Psy Cap	58
Quadro 13: Parâmetros de normalidade para os factores do PsyCap	59
Quadro 14: Matriz dos Coeficientes de Correlação de Pearson para as Hipóteses em análise	60
Quadro 15 – Quadro resumo dos resultados da Regressão Múltipla	62
Quadro 16 – Quadro resumo dos resultados das variáveis biográficas e PsyCap	67
Quadro 17 – Quadro resumo dos resultados das variáveis biográficas e Valores	67



## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: Questionário e respectiva carta que o acompanhou	81
ANEXO B: Outputs estatísticos: análise de Qualidades Métricas da Escala de Valores de Schwartz	89
I- Validade de Constructo – Analise Factorial- 7 factores	89
II - Validade de Constructo – Analise Factorial-4 factores	90
III - Validade de Constructo – Analise Factorial-Estrutura proposta por Schwartz	91
IV- Fidelidade	94
V- Sensibilidade	98
ANEXO C - Outputs estatísticos relativos à análise de Qualidades Métricas do PsyCap	100
I- Validade de Constructo – Análise Factorial-10 factores	100
II- Validade de Constructo – Analise Factorial - 4 Factores	102
III- Validade de Constructo – Analise Factorial – Estrutura PsyCap	104
IV- Fidelidade	111
V- Sensibilidade	115
ANEXO D – Análise de Correlação Linear	117
ANEXO E – Análise de Regressão Múltipla	118
ANEXO F – Análise em Função dos Dados Biográficos	121

## RESUMO

É consensual que as Capacidades Psicológicas Positivas, quando eficazmente geridas, têm impacto no desempenho dos colaboradores. Os valores são individuais mas também organizacionais. Se ambos estiverem alinhados, será facilitada a obtenção dos objectivos organizacionais.

Este trabalho procura contribuir para a compreensão da relação entre o PsyCap e os valores. Neste sentido, pretende-se verificar a existência de relação entre as Capacidades Psicológicas Positivas (esperança, optimismo, resiliência e auto-eficácia) e os Valores, tendo por base a estrutura de valores de Schwartz. Neste estudo recolhemos uma amostra de 103 estudantes universitários. Os resultados revelam que existe uma relação entre PsyCap e algumas dimensões de Valores propostas na escala utilizada. Sugerem-se propostas de incrementar as Capacidades Psicológicas Positivas de forma a obtermos impactos positivos nos valores e fomenta-se a gestão dos Valores, através da socialização e da própria cultura organizacional, tendo em vista maximizar as Capacidades Psicológicas Positivas.

*Palavras chave:* PsyCap, Capacidades Psicológicas Positivas, Valores.

## ABSTRACT

It is agreed that the efficiently managed Positive Psychological Capacities have impact in the individual performance. The values are individual but also organizational. If both are aligned, getting the organizational objectives will be easier.

The objective of this work is to contribute to the understanding of the relation between the PsyCap and the Values. In this sense, intends to confirm the existence of relation between the Positive Psychological Capacities (hope, optimism, resilience and self efficacy) and the Values, based on the Schwartz's values structure. To this study we collected a sample of 103 university students. The results show that there is a relation between PsyCap and some value dimensions, proposed in the used scale. Proposals are suggested of developing the Positive Psychological Capacities in order to obtain positive impacts and improve the management of these values, through the socialization and the organizational culture, in order to maximize the Positive Psychological Capacities.

*Key-words:* PsyCap, Positive Psychological Capacities, Values.

## INTRODUÇÃO

Muitos têm sido os contributos da Psicologia para o desenvolvimento deste campo de saber especializado denominado Comportamento Organizacional. O tema deste trabalho será mais um desses casos em que se aproveitam as sinergias dos dois campos do saber para se encontrarem soluções inovadoras para questões até então sem resposta. Se a Psicologia percebeu que o estudo poderia ser direccionado para a vertente positiva dos indivíduos e não apenas para os seus problemas, o Comportamento Organizacional aplicou esta ideia para conseguir utilizar essas características positivas em prol de uma gestão de pessoas mais eficaz ao nível organizacional.

Terá sido este o mote para o surgimento do conceito de Capital Psicológico. Gerado quer no movimento de psicologia positiva quer no trabalho pioneiro dos autores de comportamento organizacional positivo, o capital psicológico (PsyCap) vai além dos tradicionais e reconhecidos capital humano e capital social (Luthans, 2007).

Ao longo dos últimos anos, o Capital Psicológico tem sido um conceito muito explorado em vários vertentes da área do Comportamento Organizacional.

O objectivo deste trabalho é explorar as relações entre o capital psicológico, por um lado, e a cultura, por outro. Ou seja, pretende-se verificar se o capital psicológico (nível Individual) é influenciado pela variável Valores (nível Social).

Para tal, começaremos por analisar este conceito de Capital Psicológico que, como veremos, poderá traduzir-se no conjunto de características positivas de um indivíduo. Perceber como nasce este conceito e como pode ser tratado nesta área de estudo, será um primeiro objectivo. Para tal, enquadra-se o seu aparecimento com a ajuda da Psicologia Positiva e do Comportamento Organizacional Positivo.

De seguida, abordaremos a segunda variável acima referida, que nos permitirá perceber e definir o nível social que pretendemos abordar neste trabalho: a cultura. Visitaremos A Cultura Organizacional, o Processo de Socialização e os Valores, pois só assim se poderá compreender o porquê da importância dos valores dentro das organizações.

Veremos depois o método seleccionado para desenvolver este projecto, apresentando o instrumento utilizado. Serão analisados mais pormenorizadamente o PsyCap de Luthans, que permitirá recolher os dados necessários relativamente ao Capital Psicológico do indivíduo, e a Escala de Valores de Schwartz, que nos fornecerá os dados relativos aos valores de cada indivíduo que, nos permitirão, posteriormente, efectuar o estudo pretendido entre as características positivas do indivíduo e a sua cultura. Ainda neste âmbito, será traçado o plano de aplicação e desenvolvimento do referido método.

Serão então analisados os resultados obtidos através da análise das respostas dadas do instrumento aplicado, com a ajuda das medidas estatísticas mais adequadas, tendo em vista encontrar uma resposta às hipóteses colocadas no ponto dedicado aos objectivos e hipóteses de investigação.

No capítulo dedicado à Discussão dos resultados, pretendemos aferir o nível de concretização dos objectivos a que nos propusemos com este trabalho, analisando cada uma das hipóteses em detalhe. A fechar este trabalho, apresentaremos então as conclusões e considerações finais.

## REVISÃO DA LITERATURA

### Movimento da Psicologia Positiva

Segundo Luthans (2002a), a psicologia enquanto ciência que estuda o comportamento humano, emergiu alicerçada em três objectivos fundamentais: reparar os problemas das pessoas, prevenir a ocorrência de problemas e reforçar as forças e os aspectos positivos das pessoas. No entanto, à medida que foi evoluindo enquanto área de estudo e de aplicação, a psicologia foi-se focalizando tendencialmente nos défices humanos, nas fraquezas e nos aspectos negativos. Há uns anos atrás, apanhados nesta abordagem negativa, um pequeno grupo de psicólogos liderado por Martin Seligman, começou a perceber a importância da abordagem positiva, baseada em forças que vinham sendo negligenciadas. Começou então o movimento da Psicologia Positiva, cuja missão era construir um entendimento teórico e usar a metodologia científica para descobrir e promover os factores que permitem aos indivíduos, grupos, organizações e comunidade, prosperar.

#### *Origem e definição*

Após a II Guerra, as consequências ao nível das perturbações e distúrbios mentais conduziram os estudos da psicologia inequivocamente no sentido de recuperar e remediar os défices e patologias. Na sequência disso, desenvolveu-se uma concepção e abordagem do ser humano baseada e influenciada pela doença mental e pelas disfuncionalidades dos sistemas e organizações. Foi-se inadvertidamente construindo um enviesamento em relação ao défice, ao negativo e ao menos bem sucedido da experiência humana, num horizonte que sublinhou a fragilidade e as limitações de pessoas e organizações. (Cameron, Dutton e Quinn, 2003; Seligman, e Csikszentmihalyi, 2000; Snyder e Lopez, 2002 cit. por Marujo, Caetano e Neto 2007).

Este foco negativo levou a Psicologia a esquecer a globalidade da sua missão ao negligenciar a parte dos seres humanos que não sofrem de desordens mentais. A Ciência necessita de se ocupar também dos seres humanos que estão no seu melhor, estudá-los, percebê-los e tentar incrementar esta faceta.

No mesmo sentido, Palma, Cunha e Lopes (2007), reforçam que aquela visão negativa da psicologia tem vindo a ser bastante criticada, alertando para a necessidade de redireccionar esta ciência também para o lado positivo, sendo neste enquadramento que surge uma nova corrente dentro da psicologia, a psicologia positiva.

Luthans (2002a) refere o Movimento da Psicologia Positiva como uma reacção à preocupação que a Psicologia teve com os aspectos do funcionamento e comportamento humanos, afirmando que a Psicologia positiva emerge porque não tinha sido dada atenção suficiente às forças, às características positivas das “pessoas que fazem a vida valer a pena ser vivida” (p.58).

O movimento emergente da psicologia positiva cresceu exponencialmente desde o seu surgimento formal no início do milénio, tendo tido como objectivo o estudo científico das emoções positivas, do carácter positivo e das instituições positivas (Marujo e colaboradores, 2007). Na última década, vinga como uma área de estudo científico própria, vibrante e multifacetada, que vai para além de uma abordagem centrada nos problemas e nas patologias, para se dedicar teórica e empiricamente à construção das melhores qualidades da vida, no âmbito subjectivo, individual e grupal (Csikszentmihalyi e Csikszentmihalyi, 2006; Seligman, 2002; Seligman, 2006; Seligman e Csikszentmihalyi, 2000; Seligman, Steen, Park e Peterson, 2005, cit por Marujo e colaboradores, 2007). Assim, encontramos uma Psicologia centrada em experiências positivas tais como emoções positivas, felicidade, esperança ou alegria, valorizando características individuais positivas (como carácter, forças e virtudes), e enquadrando os seus estudos em instituições positivas, nomeadamente organizações baseadas no sucesso e potencial humano, sejam elas locais de trabalho, escolas, famílias, hospitais, comunidades, sociedades ou ambientes físicos a todos os títulos saudáveis (Marujo e colaboradores, 2007).

Mas apesar das organizações e instituições surgirem como objecto de estudo da Psicologia Positiva, na realidade, a maior parte dos trabalhos têm surgido no âmbito das experiências emocionais e características positivas. Neste sentido, como referido por Marujo e colaboradores, 2007, autores no campo das dinâmicas organizacionais como Fred Luthans, Kim Cameron, Robert Quinn ou Thomas Wright, têm-se dedicado a teorizar e testar a aplicação dos conceitos da Psicologia Positiva aos estudos do capital humano, e das suas capacidades psicológicas e sociais em contexto organizacional.

### **Comportamento organizacional Positivo**

O COP pretende-se afirmar enquanto área de estudo na melhoria das capacidades psicológicas, as quais, quando alvo de medida e de desenvolvimento, apresentam um impacto significativo no desempenho (Luthans e Youssef, 2004). Segundo os mesmos autores, “chegou o tempo da tomada de decisão organizacional e da gestão de recursos humanos se transformar (...). As teorias predominantemente negativas que possuímos sobre o comportamento humano e a motivação nas organizações precisam de dar lugar a uma

gestão baseada nas forças e orientada para o positivo, focando-se no desenvolvimento do capital humano, social e psicológico, para que ele que atinja todo o seu potencial. Propomos que a gestão do capital psicológico positivo possa, em particular, canalizar os talentos, forças e capacidades psicológicas das pessoas, para se atingirem resultados merecedores, produtivos, éticos e sustentáveis, que resultem em vantagem competitiva” (Luthans e Youssef, 2004, p. 157).

### *Origem e definição*

Da aplicação da psicologia positiva ao contexto organizacional emerge o comportamento organizacional positivo (COP), que se debruça sob o estudo das capacidades psicológicas que têm influência no desempenho organizacional. Ao centrarem a sua atenção apenas nas capacidades que têm impacto no desempenho, os apoiantes do COP pretendem legitimá-lo enquanto área de estudo organizacional, que contribui para uma gestão mais eficaz das pessoas nas organizações (Palma, Cunha e Lopes, 2007).

Desde o seu início, no campo académico do Comportamento Organizacional (CO) da Hawthorne, foi reconhecida uma clara relação entre os sentimentos positivos dos colaboradores e o seu desempenho. Com o passar dos anos, os investigadores de CO descobriram que constructos como o reforço positivo e afectos positivos orientavam positivamente as atitudes dos colaboradores; até o humor se revelou com impacto positivo no desempenho. No entanto, apesar disso, o CO deu mais importância às disfuncionalidades entre gestão e empregados e aos problemas no local de trabalho. Exemplos representativos desta situação incluem a procura de melhores formas de motivar, melhorar competências e conhecimentos, corrigir comportamentos e atitudes (tais como resistência à mudança) e gerir eficazmente o stress (Luthans, 2002a). Simultaneamente, surgiram algumas obras que tentaram orientar os gestores para o “positivismo”; autores como Norman Vincent Peale que tenta passar a mensagem sobre o poder do pensamento positivo, ou Steven Covey que refere alguns hábitos de pessoas eficazes ou ainda Spencer Johnson com a célebre obra “Quem mexeu no meu queijo”, contribuem para alertar os gestores para a existência de outra forma de ver a realidade: geri-la de uma forma positiva. Se o objectivo é organizacional, o desenvolvimento do desempenho profissional deve ir além do desenvolvimento “normativo” dos colaboradores. É necessário promover uma abordagem proactiva, positiva, por parte quer dos académicos quer dos gestores que necessitam colocar em prática as suas estratégias e processos. Obviamente, liderar e gerir pessoas envolve muito mais do que simplesmente adoptar uma abordagem positiva. Mas enfatizar as forças das pessoas em detrimento das fraquezas e introduzir alguns conceitos

de CO positivo pode ajudar e contribuir para uma gestão de recursos humanos mais eficaz (Luthans, 2002a).

Para conseguir um entendimento sustentável da forma como a abordagem positiva pode ser construída, o CO deve desenhá-lo, a partir da própria força das pessoas e apoiar-se na teoria e pesquisa guiada. Só assim esta abordagem se traduzirá e se aplicará, de forma sustentada, na prática efectiva. Neste sentido, Luthans apoia-se no movimento da Psicologia Positiva e chama a esta abordagem Comportamento Organizacional Positivo, definindo-o da seguinte forma: "é o estudo da aplicação das forças positivamente orientadas e das capacidades psicológicas dos recursos humanos que podem ser medidas, desenvolvidas e eficazmente geridas para melhorar o desempenho nos locais de trabalho" (Luthans, 2002a, p.59). O autor refere a respeito desta definição que a mesma poderá parecer incorporar demasiados conceitos de CO do domínio das atitudes, personalidade, motivação e liderança mas que, contudo, estes conceitos são definidos com critérios de medida, sendo possível demonstrar o seu contributo para a melhoria de desempenho. Esta possibilidade de mensuração é confirmada por diversos autores (Luthans e Youssef, 2004, Luthans, Youssef e Avolio, 2007), já que o sucesso do COP pode ser avaliado em termos de retorno do investimento, com base em melhorias que o desenvolvimento das capacidades psicológicas introduz no desempenho, em termos de volume de vendas, lucros gerados, produtividade ou intenção de saída dos colaboradores, sendo que todos estes indicadores vêm referenciados na literatura como constituindo resultados organizacionais, o que reflecte a existência de consistência no que respeita à definição de critérios de êxito (Palma, Cunha e Lopes, 2007)

### *Operacionalização do COP*

O COP aplica-se quer ao desenvolvimento dos líderes ou gestores, quer ao desenvolvimento dos recursos humanos. Em ambas as situações, o COP é directamente aplicável ao desenvolvimento através de programas organizados, formais e/ou no próprio local de trabalho, *on job*, apesar dos conteúdos poderem ser conceptualmente diferentes, obviamente.

Para melhor identificar os critérios operacionais para o COP, Luthans (2002a) usa o acrónimo CHOSE, que significará: Confidence, Hope, Optimism, Subjective well being e emotional intelligence. Ou seja, Confiança, Esperança, Optimismo, Felicidade e Inteligência Emocional, são os conceitos que melhor definem o COP e que melhor encaixam nos critérios específicos de ser positivo, único, mensurável, capaz de ser aprendido e desenvolvido e gerido de forma a melhorar o desempenho. Destas características, serão a Confiança, a Esperança, o Optimismo e, definida posteriormente, a Resiliência, que

constituirão as capacidades psicológicas positivas eleitas para descrever o Capital Psicológico Positivo e que analisaremos no capítulo seguinte deste estudo. Todas elas apresentam as características chave para poderem fazer parte desta abordagem: são estados, podem ser medidas, desenvolvidas e geridas no sentido de contribuírem para um melhor desempenho profissional.

Luthans (2002a) prevê que, no futuro, o valor real da abordagem do COP será a sua aplicação quer aos gestores quer aos colaboradores em geral através do desenvolvimento das capacidades psicológicas positivas entendidas enquanto estados, e não traços, maleáveis e susceptíveis de mudança, tendo em vista o incremento de desempenho.

É precisamente este desenvolvimento que o separa do Movimento da Psicologia Positiva que, fundamentalmente, se apoia em características tipo traço, que tendem a apresentar grande estabilidade ao longo do tempo (Luthans e Avolio, 2003, cit. por Palma, Cunha e Lopes, 2007).

## **Capital psicológico**

As organizações procuram, cada vez mais, pessoas com características positivas. Os critérios de selecção ultrapassam as habilitações literárias e a experiência, tendo em consideração características como o optimismo, a energia, o envolvimento com a empresa... pessoas que gostem da vida. (Luthans, 2002a)

O PsyCap, que se poderá traduzir no conjunto de capacidades emotivas como a auto-confiança, o optimismo, a esperança ou a resiliência, é um conceito cada vez mais valorizado no mundo empresarial. Para além de potenciar a criatividade e a energia positiva dentro das organizações, ele permite traçar desafios ambiciosos e alcançar novas formas de sucesso

O objectivo deste capítulo é, assim, o de proceder a uma revisão da literatura sobre o Capital Psicológico, um conceito relativamente recente e que teve origem na Psicologia Positiva, de onde posteriormente se especializou o Comportamento Organizacional Positivo (COP).

### *Origem e definição*

As organizações desde sempre estiveram condicionadas a pensar no retorno do investimento e por isso estavam focadas no Capital Financeiro e no Capital Físico. Pouco a

pouco foram percebendo que existia um outro capital que não podia ser desenvolvido como um plano de Marketing ou comprado como um equipamento ou tecnologia, tratava-se então do Capital Humano, aquele que compreendia a educação, a experiência, as competências e as capacidades das pessoas que faziam parte da empresa. Este passou a constituir uma vantagem competitiva. Mas este conceito, com o tempo, deixou de conseguir englobar tudo aquilo que se considerava vantagem competitiva e foi então que surgiu o conceito de Capital Psicológico: a capacidade psicológica das pessoas nas organizações (Luthans, 2007).

Será de conhecimento geral e consensual a ideia de que um colaborador com auto-confiança e esperança, por exemplo, possui uma motivação elevada, que lhe permite resistir e encontrar alternativas estratégicas às dificuldades. Também um colaborador resiliente encara a vida com significado e tem uma forte capacidade de adaptação à mudança mesmo quando se encontra em situações de maior tensão: trata-se de saber rentabilizar as suas próprias capacidades psicológicas.

São estas capacidades psicológicas que Luthans e Youssef (2004) designam por capital psicológico positivo ou simplesmente PsyCap: capital psicológico. Definem assim um estado de desenvolvimento psicológico positivo em que o indivíduo se caracteriza por:

1) apresentar uma elevada confiança para despender o esforço necessário para ser bem sucedida em tarefas desafiantes;

2) fazer atribuições positivas acerca dos acontecimentos que vão suceder no presente e no futuro;

3) manifestar perseverança em relação aos objectivos definidos e, quando necessário, mostrar-se capaz de redireccionar os meios para atingir os fins; e

4) revelar capacidade para recuperar de adversidades (Luthans, Youssef e Avolio, 2007).

Deste modo, o capital psicológico compreenderá quatro capacidades psicológicas distintas: auto-eficácia, optimismo, esperança e resiliência (Palma, Cunha e Lopes, 2007). Segundo os mesmos autores, estas quatro capacidades psicológicas são as que melhor definem o capital psicológico por respeitarem os quatro critérios definidos: características positivas, de base teórica e empírica, avaliadas através de medidas com elevada validade e definidas em termos de estado.

#### *As Capacidades Psicológicas do PsyCap*

O Quadro 1 dá-nos uma imagem geral das quatro características que compõem o Capital psicológico Positivo.

<b>Capacidades Psicológicas</b>	<b>Definição Conceptual</b>	<b>Autores</b>
<b>Auto-eficácia</b>	Convicção que uma pessoa detém relativamente à sua capacidade para mobilizar a motivação, os recursos cognitivos e os cursos de acção necessários para realizar com êxito uma tarefa específica num dado contexto.	Bandura, 1997; Stajkovic e Luthans, 1998
<b>Optimismo</b>	Estilo atribucional segundo o qual os 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 e Cunha, 2005; Scheier e Carver, 1985; Seligman, 1998
<b>Esperança</b>	Estado motivacional positivo, resultante da interacção entre: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agência – grau em que o indivíduo crê ser capaz de atingir um dado objectivo.</li> <li>• Definição de planos – capacidade para formular planos eficazes para alcançar esses mesmos objectivos.</li> </ul>	Snyder, Irving e Anderson, 1991; Snyder, Sympson, Ybasco, Borders, Babyak e Higgins, 1996
<b>Resiliência</b>	Capacidade para recuperar de situações conflituosas e adversas, mantendo o equilíbrio e a responsabilidade.	Luthans, 2002b

**Quadro 1.** Definição conceptual das quatro capacidades psicológicas positivas, in Palma, Cunha e Lopes, 2007

Vejamos mais em pormenor como na literatura são descritas estas características.

**Confiança ou Auto-eficácia** (termo mais usado no seio da Psicologia) – Segundo Luthans (2002a) é uma força que tem a capacidade de ser desenvolvida e que pode ser gerida pela gestão em termos de desempenho. É mensurável e tem potencial para ser facilmente desenvolvido pela gestão. Será um dos mais importantes mecanismos psicológicos para a positividade e está perfeitamente em linha com a abordagem COP. A definição formal normalmente usada é a de Bandura (1982, cit por Luthans, 2002a): quão bem alguém pode executar as acções solicitadas para lidar com situações esperadas. Uma outra definição mais adaptável é a proposta por Stajkovic e Luthans (1988, cit por Palma, Cunha e Lopes, 2007): auto-eficácia refere-se à 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.

No COP, a eficácia positiva é tratada como um estado que pode ser desenvolvido e efectivamente gerido. O processo de auto-eficácia pode afectar positivamente o funcionamento humano antes dos indivíduos escolherem as suas opções e iniciarem os seus esforços. Primeiro, as pessoas tendem a pesar, a avaliar e a integrar a informação acerca das suas capacidades percebíveis. Este estado inicial do processo tem pouco a ver com as capacidades ou recursos do indivíduo em si, mas mais com a forma como eles percebem ou acreditam que podem usar essas capacidades e recursos para concluir a tarefa dada neste contexto. Assim, a avaliação/percepção positiva leva à expectativa de eficácia pessoal, que por sua vez leva a:

- 1) Escolhas positivas – serão feitas baseadas na eficácia positiva da pessoa de entre as opções em obrigações do trabalho ou desafio de uma nova tarefa;
- 2) Esforço motivacional - as pessoas tentarão mais arduamente e investirão mais esforço em tarefas onde tenham eficácia positiva;
- 3) Perseverança – aqueles que, com eficácia positiva, serão resilientes quando enfrentarem problemas ou mesmo um fracasso enquanto aqueles com baixa eficácia tenderão a desistir perante obstáculos;
- 4) Padrões de pensamento positivo – interpretações eficazes influenciam o pensamento, ie, aqueles que, com eficácia positiva, podem dizer a si próprios: “eu sei que consigo descobrir como resolver este problema”, enquanto que os que têm baixa eficácia podem dizer a si próprios: “eu sabia que não poderia fazer isto, eu não tenho este tipo de capacidades”;
- 5) Resistência ao stress – aqueles que têm baixa eficácia tendem a ter mais stress porque esperam falhar, enquanto que os que têm maior eficácia positiva entram em situações potencialmente *stressantes* com confiança e segurança e, então, estão aptos a resistir às situações de *stress*.

Assim, talvez o melhor perfil de um colaborador com elevado desempenho numa dada tarefa seja o que tem mais confiança ou aquele que realmente se empenha na tarefa, que dá o que for preciso para completar uma tarefa, é perseverante quando encontra obstáculos ou frustrações, que tem pensamentos positivos e é resistente ao stress.

**Esperança** – normalmente a esperança é vista como a crença de que tudo vai correr bem quando nos encontramos em alturas conturbadas. Mas Snyder e colaboradores (1996) afirmam que a esperança não só reflecte a determinação do indivíduo para atingir o objectivo mas também a sua crença de que conseguirá formular um plano para atingir esse mesmo objectivo. Ter esperança é o indivíduo acreditar que consegue definir objectivos,

descobrir como os atingir e motivar-se a si próprio para ser bem sucedido. Ou seja, para estes autores, existe um desejo (agência) e existe um caminho (pathway).

A esperança, tal como foi definida por estes autores, tem um impacto positivo na realização académica, nos bons resultados atléticos, na saúde emocional e na capacidade para lidar com a doença e outras relações difíceis. O indivíduo com um nível de esperança superior tende a ter maior certeza quanto aos seus objectivos e a sentir-se desafiado por eles; a valorizar os progressos relativamente aos objectivos tal como os próprios objectivos; a gostar de interagir com as outras pessoas e a adaptar-se facilmente a novas relações de colaboração; a ser menos ansioso sobretudo em situações de avaliação *stressantes* e a adaptar-se melhor às mudanças ambientais (Luthans, 2002a). Este autor afirma ainda que as análises psicométricas indicam que a escala da esperança é relativamente não influenciada pela desejabilidade social

**Optimismo** – Carver e Scheier (2003, cit. por Avey e colaboradores, 2006) identificam os indivíduos optimistas como aqueles que simplesmente esperam que lhes aconteçam coisas boas. Luthans, (2002a) refere que o optimismo é mais do que uma característica cognitiva, como é mencionada por muitos autores, já que o optimismo possuiu uma componente emocional que o torna simultaneamente motivado e motivante. O mesmo autor afirma que o optimismo tem impacto positivo na saúde física e psicológica e nas características de perseverança, realização e motivação que, por sua vez, irão causar impacto no sucesso das actividades desenvolvidas pelo indivíduo. No entanto, o autor realça que o Optimismo também poderá ter uma faceta menos positiva pois os indivíduos optimistas que fisicamente se sentem bem, tendem a descurar as suas necessidades nutricionais e de manutenção física e ao nível da organização, os gestores podem tender a tornar-se distraídos e descurarem a realização de planos para atingir os objectivos. Por isso o autor menciona a necessidade um “Optimismo realista e flexível”, que é a perspectiva adoptada pelo COP (Luthans, 2002a, p. 64).

Este optimismo realista adoptado pelo COP é uma força muito positiva no local de trabalho pois, por exemplo, os optimistas são mais facilmente motiváveis para trabalhar mais, estão mais satisfeitos e apresentam níveis de moral superiores, têm maior ambição e definem objectivos concretos, são perseverantes face a obstáculos e dificuldades, encaram os insucessos pessoais como temporários e não como fracassos pessoais e são vigorosos física e mentalmente (Luthans, 2002a).

**Resiliência** - é definida por Luthans (2002b, p. 702, citando Stewart, Reid e Mangham, 1997) como “a capacidade dos indivíduos lutarem sucessivamente face a mudanças significativas, adversidade ou risco. Esta capacidade muda com o tempo e está protegida por factores individuais e ambientais”. Em termos mais simples, resiliência é a

capacidade psicológica positiva para reagir à adversidade, incerteza, conflito, fracasso ou até a mudanças positivas, progresso ou aumento de responsabilidade.

Apesar da sua definição tocar nas outras capacidades positivas, existem diferenças conceptuais que podem ser descritas. A grande diferença entre Resiliência e Auto-Eficácia é que a resiliência tende a ter um domínio mais pequeno e é mais reactiva do que proactiva. Em relação à Esperança, a Resiliência é bastante similar à componente *pathways* da Esperança, mas não inclui a componente *agência* da Esperança. Bernard (1991, 1993, cit. por Luthans, 2002b) identificou atributos de resiliência individuais tais como competência social, competências para resolver problemas e autonomia, sendo que todos eles podem ser aprendidos e desenvolvidos.

Investir no Capital Psicológico nas organizações pode ter grande impacto nos resultados organizacionais tais como um aumento da performance (Luthans, Avolio, Walumba, e Li, 2005; Cameron, Bright, e Caza, 2004, cit por Lopes e Cunha, 2007) e alterações positivas nas atitudes dos colaboradores (Jensen e Luthans, 2006, cit por Lopes e Cunha, 2007).

Apesar de ser reconhecido por muitos autores a importância desta matéria, ainda muito trabalho há a desenvolver para melhor conhecer os processos e consequências do capital psicológico positivo bem como o seu relacionamento com outras variáveis organizacionais. Como já vimos anteriormente, neste trabalho dedicaremos a nossa atenção ao seu relacionamento com a variável cultural.

## **Cultura Organizacional**

Como já vimos, uma das variáveis que iremos analisar será a Social, e uma vez que estamos no contexto organizacional, fará sentido percebermos do que falamos quando nos referimos à Cultura Organizacional, para depois naturalmente podermos identificar o papel dos valores neste contexto.

Hofstede (1984, p. 21) refere-se à cultura como sendo um factor importante na adesão aos valores. Define cultura como “uma programação colectiva da mente que distingue os membros de um grupo humano de outro grupo”, aglomerando assim sistemas ou normas de valores.

Assim como os valores afectam os nossos programas mentais, também a cultura exerce essa influência e tudo isso transparece no nosso comportamento (Hofstede, 1984).

### *Origem e Definição*

O termo “cultura” pode assumir inúmeros significados. Segundo Gomes (1990), já em 1952 Kroeber e Kluckhohn haviam identificado 164 significados diferentes para a referida palavra. No entanto, o constructo tem as suas origens na Antropologia. Gomes refere ainda que é “reconhecido como comum às diferentes definições antropológicas de cultura o seguinte: por um lado, incidem sobre o conteúdo e, por outro, delimitam unidades de análise ou definem objectos de estudo que remetem para modalidades de organização social primitivas ou arcaicas (...) distintas das modernas organizações” (1990, p. 27). O autor prossegue, interligando o conceito ao domínio organizacional através da ideia de Schein (1985) e Martin (1982), segundo a qual a maioria das definições de cultura organizacional incide sobre o conteúdo, similarmente ao que acontece com as definições antropológicas de cultura. Todavia, as definições de cultura organizacional distinguem-se pela “especificidade da sociedade que estuda – a organização – e tem em vista a explicação da complexidade inerente à acção organizada ou a intervenção na gestão da mesma” (Gomes, 1990, p. 28).

Na opinião deste autor, a cultura instituiu-se, nos últimos anos, como “objecto de análise para investigadores ou campo de intervenção para consultores em organização e gestão” (Gomes, 1990, p. 25). Por seu lado, Bilhim (1995) considera que a cultura organizacional atinge as academias americana e europeia através do trabalho de Pettigrew, em 1979, tendo-se popularizado através do interesse despertado pelo fenómeno Japonês. Gomes (1990) realça a importância deste facto, afirmando mesmo que a relevância actual da cultura organizacional “está patente nos estudos sobre a excelência empresarial e sobre o desafio japonês”. De facto, foi o fenómeno japonês que permitiu identificar a existência de uma cultura organizacional. Quando os japoneses deixaram de ser vistos como imitadores dos americanos e passaram a ser encarados como produtores excepcionais, a cultura começou a ser pensada como factor fundamental no seu sucesso. As atenções viraram-se para os aspectos sociais e verificou-se que os japoneses se sentiam identificados com o seu trabalho, por isso existia maior flexibilidade e mais soluções alternativas para dar resposta a diferentes problemas. Foi então que surgiu a perspectiva cultural acerca das organizações.

As organizações podem ser vistas como tendo uma cultura ou como sendo uma cultura. Afirmar que a empresa tem uma cultura significa dizer que tem mais uma variável para acrescentar à tecnológica, à financeira, etc. Cada empresa pode Ter uma cultura ou, eventualmente, um conjunto de sub culturas, como veremos adiante. Por outro lado, a própria empresa É uma cultura, é uma forma de estar, de pensar, de sentir, de decidir, de estar com os outros. Uma organização é tudo isto e, neste sentido, é cultura, é um processo comunicativo.

Neves e Jesuíno (1994) datam o despertar do interesse pelo estudo da cultura organizacional dos finais dos anos 70, reconhecendo o seu grande desenvolvimento na década de 80. Segundo estes autores, o interesse advém da tomada de consciência por parte dos teóricos e práticos da importância dos factores culturais, as práticas de gestão e crença no facto de a cultura constituir um factor de diferenciação das empresas bem sucedidas, das menos bem sucedidas e da boa cultura de empresa (no sentido de adequada) ser o elemento subjacente ao sucesso económico. Transparece assim a existência de factores não económicos que incentivam os trabalhadores, motivando-os para a melhoria do seu desempenho.

Hoje em dia, é geralmente aceite que as organizações possuem características e traços culturais próprios, geram sentidos, valores e crenças e alimentam histórias, mitos e lendas, organizando diversas cerimónias para consagrarem na prática diária da empresa. Bilhim (1995) reforça esta ideia, afirmando que esta nova abordagem introduziu toda uma terminologia diferente, que engloba os mitos, os ritos, os heróis, as sagas e as lendas. O autor acrescenta ainda que “a ideia básica é captar as normas, os valores e as crenças que estão subjacentes à vida organizacional e que resultam de um processo mais ou menos longo de enculturação e ajustamento mútuo” (Bilhim, 1995, p. 71). Dão desta forma uma expressão visível e tangível aos pressupostos básicos da cultura.

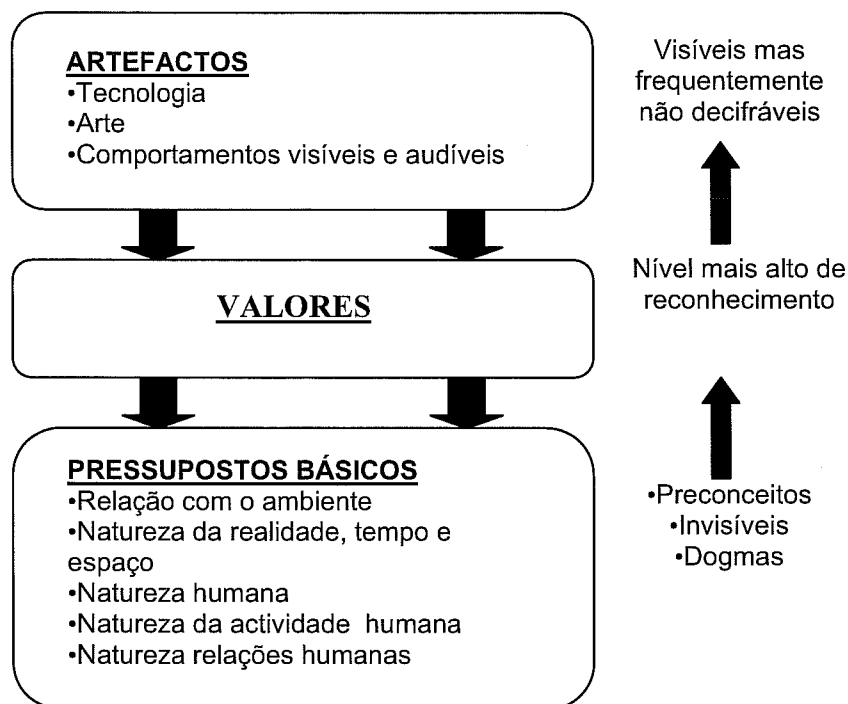
No entanto, Marques (1996) alerta para o facto da área da Cultura Organizacional, em termos científicos, continuar a gerar mais dúvidas do que respostas operacionalizáveis para a Gestão, o que obriga o gestor de hoje a lidar com modelos especulativos e não completamente confirmados empiricamente. Ou seja, como o autor afirma, “o bom senso” parece ser ainda o melhor conselheiro do gestor de pessoas na dimensão Cultura Organizacional” (Marques, 1996, p. 35)

### *Perspectivas de Cultura Organizacional*

Como referido por Bank (1992), em 1972 Harrison descreveu cultura organizacional como o conjunto das ideologias, crenças e valores estabelecidos que surgem em qualquer empresa e que constituem prescrições para a forma como as pessoas devem trabalhar dentro da organização. Mais tarde, Handy (1986) clarificou esta definição, afirmando que se tratava de crenças profundamente enraizadas sobre a forma como o trabalho se deve organizar, o tipo de autoridade que se deve exercer, a melhor atitude para recompensar e controlar as pessoas. Em 1982, Deal e Kennedy referem-se à cultura organizacional como sendo *a forma como fazemos as coisas por aqui*.

Schein (1984) operacionalizou o conceito de cultura organizacional dividindo-o em três níveis: Artefactos, Valores e Pressupostos Básicos, como podemos visualizar na Figura 1.

O esquema apresentado por Schein revela outra realidade organizacional situada para além dos domínios técnico, económico, produtivo, etc.: a realidade do simbolismo. Estas realidades são perceptíveis quando estudamos as organizações como microssociedades. Só desta forma assumem importância fenómenos como histórias do passado, mitos, símbolos, rituais, cerimónias, as imagens partilhadas, etc. Estes fenómenos funcionam como “veículos de transmissão do simbólico, cujo significado e partilha pelos membros da organização confere sentido às práticas organizacionais” (Neves e Jesuíno, 1994, p. 328).



**Figura 1-** Valores, Artefactos e Pressupostos Básicos, in Schein, 1984

Ao mesmo tempo que os trabalhadores encontram sentido nas actividades da organização, os seus comportamentos que poderiam por vezes parecer irracionais e improdutivo, tornam-se lógicos e positivos para os elementos e grupos funcionais da organização. Tal “clarificação” dos comportamentos consegue-se com a partilha de valores identificados, com a luta pelo objectivo comum através dos mesmos meios.

De acordo com Neves e Jesuíno (1994), daqui resultam duas dimensões que no seu conjunto constituem o conceito de cultura: a “dimensão fenomenológica (formas e práticas

através das quais os significados são expressos, afirmados e comunicados aos membros, investigando-se a cultura pela análise das suas formas) e a dimensão substantiva (ideologia, normas e valores que contêm as redes de símbolos e significados)” (Neves e Jesuíno, 1994, p. 328). Assim, é possível, através da análise das suas formas, compreender e caracterizar o significado de uma determinada cultura organizacional.

É o reconhecimento da realidade simbólica que confere legitimidade ao uso da cultura como uma metáfora.

Gomes (1994), acrescenta a esta ideia o termo “paradigmática” pois para este autor a cultura não é apenas uma metáfora mas sim uma metáfora paradigmática: a cultura “está na origem de um novo paradigma e inaugura um novo capítulo no contexto das ciências da organização”.

Há autores que defendem uma homogeneidade cultural, enquanto que outros afirmam a sua heterogeneidade. Este debate em que se defende uma cultura singular, homogénea, constituindo uma cultura forte, por oposição a uma cultura de carácter plural, constituída por sub culturas, levando a uma heterogeneidade e a uma diferenciação, poderá revelar-se como uma controvérsia pouco esclarecida. De facto, este poderá ser até considerado um falso debate.

Na verdade, podemos utilizar ambos os termos, tudo depende do nível de análise em que nos situarmos. Podemos falar de uma única cultura organizacional quando nos referimos à cultura de uma organização por oposição à cultura de outra organização – nível de análise inter organizacional – assim como podemos falar de pluriculturas se nos referirmos a um nível de análise intra organizacional ou inter grupal, se pensarmos que podemos encontrar, dentro de uma mesma organização, sub culturas.

### *Cultura como Metáfora Organizacional*

“A metáfora é, basicamente, um conceito linguístico que denota a propriedade de expandir a realidade, relacionando uma coisa com outra e permitindo uma pluralidade de conotações” (Gomes, 1990, p. 145).

A nossa capacidade de compreensão é limitada, sobretudo quando o “objecto” a decifrar é o próprio homem; esta dificuldade depende do modo de perceber como os diferentes aspectos do indivíduo podem coexistir de uma forma complementar. A metáfora enquadra o nosso conhecimento de forma distinta mas ainda parcial, provavelmente porque quando realçamos uma interpretação tendemos a menosprezar outras ou, pelo menos, a não lhes prestar a devida atenção.

É fácil de ver como este tipo de pensamento é relevante para a compreensão das organizações e das práticas de gestão. Usando metáforas diferentes para compreender o complexo e paradoxal carácter da vida organizacional, conseguimos explorar e descobrir caminhos desconhecidos até então pois elas proporcionam alternativas de percepção e explicação da realidade.

As organizações são tradicionalmente estudadas com o auxílio de duas metáforas: as organizações como máquinas e como organismos vivos. A primeira vê a missão da organização direccionada para a obtenção de objectivos distintos, apresentando resultados eficientes. Como resultado desta perspectiva, muitas vezes somos tentados a organizá-las e a geri-las de uma forma mecanicista, forçando a sua vertente humana a ser relegada para segundo plano.

Outro exemplo obrigatório de metáforas usadas no campo organizacional é a que descreve a organização como um organismo, remetendo-nos para um nível biológico. Esta perspectiva enquadra-se no âmbito da abordagem sistémica das organizações; a empresa é vista como um organismo que possui determinados órgãos e que visa, em última instância, a manutenção da sua sobrevivência através de uma adaptação constante ao meio envolvente.

Morgan (1986) refere também como fundamental a metáfora que vê a organização como um cérebro, dando importância ao processamento da informação, da aprendizagem e da inteligência e criando um quadro de referência para compreensão das organizações modernas nestes termos. A organização é ainda vista por este autor como um sistema político, para demonstrar os vários interesses, conflitos e poder existentes que modelam as actividades organizacionais. Esta metáfora explora as organizações como sistemas de governo desenhados a partir de vários princípios políticos para legitimar os diferentes tipos de regras da vida organizacional.

Dos exemplos de metáforas organizacionais apresentados, a mecanicista é a que melhor mostra o poder que elas adquirem: as organizações deixam de ser como máquinas para passarem a ser máquinas. É isto que se pretende significar quando, por exemplo, se fala na teoria da máquina para referir o taylorismo. Os homens não são nem nunca foram máquinas, todavia, foram teorizados e tratados como tais” (Gomes, 1990, p. 280). De acordo com este autor, a forma mais evidente de mostrar que a cultura é também uma metáfora organizacional consiste em fazer uma pequena alteração na ideia anterior, de modo a obter a designação das organizações como culturas.

A cultura, surge-nos assim como outra metáfora organizacional – as organizações são culturas; “a organização é agora vista como um conjunto de ideias, valores, normas, rituais e crenças que sustentam as organizações como realidades sociais construídas” (Morgan, 1986, p. 14).

Visando este trabalho verificar se existem relações entre a variável cultura e as capacidades psicológicas positivas do indivíduo em contexto organizacional, esta metáfora da organização como cultura revela-se bastante interessante para o estudo.

## **Socialização**

Os valores e as crenças que o indivíduo possui aquando da sua admissão na empresa são aqueles que lhe foram até então ensinados e estes manifestam-se claramente insuficientes para ajudar o indivíduo a ser bem sucedido dentro da organização. Assim, a socialização surge como um determinante da vida organizacional desses indivíduos na formação da sua cultura e da cultura da organização. Este processo é determinante para a adaptação do indivíduo à organização, tal como o é quando nasce e tem de adaptar-se à vida, ao ambiente, à família. Etzioni (1974) refere que, para a maioria dos indivíduos, a parte principal da socialização está completa com a maturidade, mas a aprendizagem de tarefas específicas e orientações para desempenho continua com cada mudança de estatuto, com a participação em novas unidades sociais, tais como a organização.

Além da adaptação em termos pessoais, em termos profissionais a mudança de uma função ou de um local de trabalho acarreta sempre altos níveis de ansiedade que o processo de socialização pode ajudar a reduzir através do fornecimento de informação acerca da função a desempenhar e do cenário envolvente. Os restantes actores da empresa, desde os colegas às chefias e aos clientes, têm um papel preponderante pois são eles que podem ajudar o elemento recém-chegado a interpretar o que vai acontecendo. Van Maanen e Schein (1979, p. 215) fazem uma afirmação que sistematiza todas estas ideias: “os vários processos de socialização levados a cabo dentro de uma empresa representam a cola que mantém juntas as várias partes interlocutoras”.

### *Origem e Definição*

Ferreira e colaboradores (1996, p. 270) definem socialização como um “processo através do qual um indivíduo aprende a escala de valores e regras de conduta exigidos pela organização em que se incorpora, para desempenhar o seu papel organizacional”, acrescentando ainda acerca da socialização que “no contexto organizacional, alguns dos conteúdos de tal processo dizem respeito às metas e objectivos fundamentais da organização, aos meios para os alcançar, às responsabilidades do detentor do papel e a critérios de eficácia, às regras e princípios relativos à conservação da identidade e integridade organizacionais, à cultura da organização, etc.”.

A definição dada por Van Maanen e Schein (1979) vai no mesmo sentido, afirmando a socialização como um processo através do qual o indivíduo adquire o conhecimento social e as competências necessárias para assumir um papel organizacional.

Com base em Schein (1986), podemos afirmar que o indivíduo sociabiliza-se apoiando-se na transmissão de aspectos relativos aos objectivos fundamentais da empresa, aos meios escolhidos para os alcançar, à atribuição de responsabilidades, aos padrões de comportamento necessários ao bom desempenho e às regras de aquisição e conservação de identidade organizacional. O mesmo autor considera que a socialização pode ser faseada em três momentos: antes da admissão do indivíduo na organização, no momento da admissão e durante a permanência na organização. Na fase antes da admissão, a família, a escola, a sociedade, foram fontes de aquisição de valores, expectativas e comportamentos relevantes para o desempenho de um papel organizacional. Quer a formação escolar quer a profissional visam transmitir os conhecimentos, as crenças, as expectativas, os valores, as ideias e as competências necessárias ao desempenho num contexto organizacional e constroem todos eles um conjunto de informação de que o indivíduo é portador e que vai ser confrontado no acto da admissão do indivíduo numa organização com a informação do mesmo género já existente nessa organização. Inicia-se assim um processo de negociação, no qual a organização procura o ajustamento do indivíduo ao seu papel organizacional, procurando tornar compatíveis exigências, expectativas e necessidades do indivíduo e da organização.

Destas fases decorre que a socialização organizacional é um processo contínuo, gradual e progressivo, ao longo do percurso do indivíduo, sendo mais intenso e/ou problemático antes ou imediatamente após a entrada do indivíduo numa organização ou também quando se cruzam limites funcionais ou hierárquicos de um colaborador dentro da organização, sendo “mais crítico na base da pirâmide organizacional que no topo” (Ferreira e colaboradores, 1996).

### *Características e modelos do Processo de Socialização*

Segundo Luthans (1989), as cognições são, basicamente, bits de informação e o processo cognitivo envolve as formas como os indivíduos processam essa informação. Um destes processos cognitivos é a percepção, que, ainda segundo o mesmo autor, pode ser definida como uma “complexa interacção de selecção, organização e interpretação” (Luthans, 1989, p. 141). Nomeadamente a Percepção Social, desempenha um papel determinante na socialização pois vai condicionar a forma como o indivíduo vai encarar os outros indivíduos, quer colegas, quer chefias.

Frequentemente, o indivíduo quando chega a uma organização tende a identificar-se com alguém que reúna características ou requisitos que o façam ser reconhecido como um líder. Este reconhecimento vai depender da forma como o sujeito gere a sua própria percepção, influenciada pelas suas próprias características, atributos e estereótipos, que estarão presentes a cada passo da sua adaptação e da sua socialização.

A existência de uma cultura pressupõe inevitavelmente que, para além da definição dos valores e normas da empresa, ocorra também a sua interiorização por parte de todos os elementos. Este processo facilita a aprendizagem dos papéis sociais que são admitidos e dos hábitos conflituais ou neutralidades mais comuns que se revelam na negociação ao nível intra e interdepartamental.

Qualquer processo de socialização de novos membros repete e vai mantendo ao longo do tempo a cultura vigente e tem início logo na fase de recrutamento e selecção dos indivíduos. A empresa deve escolher aqueles que possuem já requisitos adequados aos pressupostos fundamentais da cultura, para que, quando entram na empresa, sejam submetidos a um trabalho de treino e aculturação desses requisitos (Schein, 1990). Entre esses requisitos, Schein (1986) menciona os seguintes: (1) facilidade no entendimento dos objectivos básicos do grupo de trabalho e/ou da organização; (2) conhecimento dos meios fundamentais através dos quais esses objectivos podem ser alcançados; (3) conhecimento do conjunto de responsabilidades inerentes ao papel da nova função; (4) rápida apreensão das regras e princípios que contribuem para a manutenção da identidade e integridade da organização.

O objectivo principal reside na diferenciação entre os membros da organização e os não membros, pela formação dos primeiros para pensar e agir em conformidade, facilitando-lhes a detecção e correcção de desvios e diferenças. Desse modo, os sujeitos sentem-se confortáveis no seio do grupo e atraem-se mutuamente, ou então, quando os indivíduos se encontram em circunstâncias diferentes, assistimos a um comportamento de repulsão, que os afasta. Simultaneamente, os grupos que recebem os membros novos sofrem também uma modificação pelo processo de integração que se inicia. Se, por um lado, os novos elementos passam por um processo de socialização, os elementos já integrados passam por um processo de ressocialização (Wanous, Reichers e Malik, 1984). Esta ideia é também reforçada por Feldman (1983), ao afirmar que os novos elementos poderão socializar os socializadores.

Segundo Ashforth e colaboradores (1989), a integração dos novos elementos num grupo organizacional é efectuada em três dimensões: 1) As interdependências da tarefa e a proximidade interpessoal são maiores no espaço do grupo de trabalho imediato, facilitando a existência de interacção; 2) Na medida em que os sujeitos tendem a comparar os seus valores emergentes com os valores dos colegas e atendendo à facilidade de interacção, há

grande probabilidade de que os novos elementos se interessem primeiro pelos colegas do mesmo grupo; 3) Dadas as interdependências, proximidade e similaridade, o grupo tende a ser visto pelos novos sujeitos como um grupo psicológico, facilitando a sua influência social.

É desta forma que estes autores explicam a primeira integração dos novos elementos nos grupos de pertença, antes de evoluírem para uma integração mais global a nível de toda a organização.

De forma a construírem o seu próprio modelo no qual defendem uma abordagem integrativa da socialização organizacional, Wanous e colaboradores (1984) efectuam uma análise cronológica comparativa com outros modelos de socialização organizacional, onde evidenciam a evolução do próprio conceito, tendo seleccionado os seguintes autores para análise: Buchanan (1974); Porter, Lawler e Hackman (1975) e Schein (1978). Podemos observar o Quadro 2, onde são comparados os respectivos modelos.

Verificamos que Porter e colaboradores referem uma fase de pré entrada, realçando assim a importância das expectativas que o novo elemento traz ao entrar na organização, enquanto que Schein e Wanous se referem a este processo a partir do momento em que o novo elemento efectivamente chega à organização. Wanous e colaboradores (1984), na análise deste quadro comparativo, referem que os novos elementos passam, necessariamente, por um conjunto de fases ao longo do processo de assimilação dos novos valores e o tipo de aprendizagem que ocorre é, tipicamente, de natureza interpessoal

Buchanan (1974)	Porter e colaboradores (1975)	Schein (1978)	Wanous (1980)
	Passo 1: pré chegada. Expectativas do novo elemento. Recompensa e punição de comportamentos.		
Passo 1: 1º ano – treino básico e iniciação. Clarificação do papel do novo elemento e da relação com colegas. Confirmação ou não de expectativas. Lealdade ou conflito com interesses internos e externos da organização.	Passo 2: Encontro. Confirmação ou não de expectativas. Recompensa e punição de comportamentos.	Passo 1: Entrada. Busca de informação correcta. Clima de troca. Criação de falsas expectativas. Informação incorrecta é a base para a escolha de trabalho.	Passo 1: Confronto/aceitação da realidade organizacional. Confirmação ou não de expectativas Conflitos entre valores pessoais e clima organizacional. Descoberta dos comportamentos de recompensa e punição.
Passo 2: Desempenho –	Passo 3: Mudança,	Passo 2: Socialização.	Passo 2: Clarificação de

<p>após 2, 3 e 4 anos na empresa.</p> <p>Comprometimento de acordo com as normas.</p> <p>Reforço da auto imagem através da organização.</p> <p>Resolução de conflitos.</p> <p>Elevado auto conceito.</p>	<p>aquisição.</p> <p>Alteração da auto imagem do novo elemento. Novos interrelacionamentos.</p> <p>Novos valores. Novos comportamentos.</p>	<p>Aceitação da realidade organizacional.</p> <p>Resistência à mudança.</p> <p>Compatibilidade entre clima e necessidades individuais. Avaliação de desempenho do novo elemento. Demasiada ambiguidade ou estrutura.</p>	<p>papel.</p> <p>Iniciação das tarefas.</p> <p>Definição de papéis interpessoais.</p> <p>Resistência à mudança.</p> <p>Congruência entre desempenho individual e organizacional. Ênfase na estrutura e ambiguidade.</p>
			<p>Passo 3: Localização no contexto organizacional.</p> <p>Aprendizagem dos comportamentos adequados às necessidades organizacionais.</p> <p>Resolução de conflitos do interesse da organização. Desafio do trabalho conduz ao comprometimento.</p> <p>Novas relações interpessoais, novos valores e alterações da auto-imagem.</p>
		<p>Passo 3: Aceitação mútua.</p> <p>Sinais de aceitação organizacional do novo elemento. Compromisso com a organização e com o trabalho.</p>	<p>Passo 4: Detecção de sinais do sucesso da socialização.</p> <p>Dependência e comprometimento organizacional.</p> <p>Satisfação geral elevada. Percepção de aceitação mútua.</p> <p>Aumento do comprometimento e da motivação interna.</p>
<p>Passo 3: Dependência organizacional – 5º ano e seguintes.</p> <p>Diversidade devido às experiências individuais.</p>			

**Quadro 2:** Passos da socialização organizacional, in Wanous e colaboradores, 1984

Por seu lado, Hodge e colaboradores (1988) definem um modelo de socialização através de sete etapas principais: 1) Processo de selecção rigoroso, onde apenas devem ser seleccionados os sujeitos que manifestam um perfil adequado aos interesses culturais e funcionais da organização; 2) Submissão dos novos elementos a experiências que os expõem a situações de humilhação e de interrogação sobre determinadas crenças fundamentais, comportamentos e valores; 3) Os novos elementos vivenciam experiências de trabalho onde têm contacto com a realidade do negócio e adquirem alguma prática sobre as acções a desenvolver para alcançar os objectivos organizacionais; 4) A empresa procede à avaliação dos resultados operacionais dos sujeitos e aplica as recompensas compatíveis; 5) Os indivíduos iniciam o processo de interiorização dos valores mais intangíveis e profundos da organização; 6) Aspectos relacionados com a história e o folclore da empresa são fundamentais e contribuem para a aprendizagem dos sujeitos acerca dos mitos, sagas, rituais e tradições da organização, moldando a sua adaptação cultural; 7) Os indivíduos são colocados sob a responsabilidade de um tutor, cuja função é transmitir conhecimentos globais sobre o funcionamento, entre eles, gestão de conflitos, contacto interpessoal, rotinas e tarefas administrativas.

Quando os novos elementos finalizam estes passos, encontram-se socializados ou aculturados na organização e tornam-se membros da equipa. Do ponto de vista da organização, estes sujeitos pertencem, agora, a um grupo fortemente coeso que tudo fará para alcançar o sucesso.

Outro modelo deriva do tipo de interrelacionamento que se estabelece entre o indivíduo e o meio organizacional (Mills e colaboradores, 1991), caracterizado por quatro vertentes: 1) Modelo mecânico: Responde a uma abordagem comportamentalista que encara o sujeito como uma entidade fornecedora de respostas permanentes ao seu meio, sendo o seu comportamento causado fundamentalmente por factores ambientais; 2) Modelo orgânico: O indivíduo serve-se de uma série de regras gerais de desenvolvimento (fundamentalmente determinadas por factores físicos e sociais) como base do seu desempenho no posto de trabalho; 3) Modelo contextual: O sujeito executa as respectivas atribuições no sentido de dar significado e justificar a sua presença na organização, sem que, para isso, necessite de ter um objectivo em mente; 4) Modelo sistémico: O interrelacionamento do sujeito com a organização assenta num processo interactivo através do qual ele absorve as regras do sistema social até que se tornem em forças auto motivadoras.

Assim, Mills e colaboradores definem um modelo cuja influência determinante reside na relação do indivíduo com a organização.

Feldman (1983) é de opinião que o processo de socialização visa mais impedir valores extremos do que reforçar a adesão a posições bem articuladas. Para este autor, conforme o indivíduo vá adoptando os valores dominantes da organização, os seus objectivos individuais vão-se aproximando mais dos objectivos da organização e ele tende a exhibir mais comportamentos consistentes com aqueles valores. A aprendizagem destes valores organizacionais depende essencialmente de três factores: 1) a quantidade de exposição à informação que suporta as crenças da organização (quanto mais informação de suporte dos valores organizacionais for dada aos elementos que entram de novo na empresa, maior tendência há para que esses valores sejam adoptados), 2) a exposição selectiva à informação que suporta os valores organizacionais (os grupos organizacionais filtram informação contraditória aos valores dominantes da organização, de modo a que estes sejam mais facilmente aceites pelos novos elementos) e 3) a credibilidade da informação transmitida (quanto mais credível for a informação que é transmitida acerca dos valores e atitudes da organização, mais os novos elementos a aceitarão; os novos elementos julgam a credibilidade da informação baseados na capacidade do comunicador e na sua semelhança consigo próprios).

#### *Consequências do Processo de Socialização*

Nem toda a socialização organizacional pode ser considerada funcional quer para o indivíduo quer para a organização pois o que é ajustável para o indivíduo pode não ser adaptável para a organização (Van Maanen e Schein, 1979). Ferreira e colaboradores (1996, p. 271) afirmam que as respostas individuais ao processo de socialização caracterizam-se por "um *continuum*, que vai da conformidade total, passando pela individualização e personalização dos papeis à rejeição total e até à rebelião".

Do ponto de vista da organização podem identificar-se três tipos de consequências resultantes do processo de socialização (Schein, 1990):

- a) Orientação sob custódia: Corresponde a uma conformidade total perante as normas e valores e uma aprendizagem completa de todos os pressupostos. As tácticas principais para a produção deste resultado assentam num processo formal, reconstrutivo, baseado em modelos variáveis de conhecimento sequencial e de exclusão;
- b) Individualismo criativo: Implica que os indivíduos adquiram, durante o treino por que passam, todos os pressupostos centrais da cultura instituída na organização e, pelo contrário, rejeitem os pressupostos periféricos, no sentido de lhes permitir adquirir um comportamento criativo e flexível, quer em relação às tarefas organizacionais quer em relação à forma como a empresa as executa. Este resultado exige um processo

caracterizado por métodos de socialização informais e valorizadores de traços individuais, aprendizagem individual e aquisição isolada de conhecimentos, programas regulares de duração fixa e facilitadores de uma justificação do insucesso;

c) Rebelde: Refere-se a uma total rejeição das normas e pressupostos organizacionais. Se o sujeito nestas circunstâncias não abandonar a empresa, motivado por constrangimentos externos, ele tenderá a manifestar comportamentos desadequados e negativos para o funcionamento organizacional.

Ainda que a socialização seja um processo contínuo ao longo da vida profissional, ela torna-se mais intensa e problemática quando os indivíduos entram de novo para uma organização (Caetano, 1997). Nessa altura, é criada uma situação onde se evidenciam: o choque, a construção de significado face à nova realidade e a adaptação e acomodação (Gundry e Rousseau, 1994, cit. por Caetano, 1997). Segundo estes autores, tal situação tem origem num confronto imediato dos indivíduos com um conjunto de comportamentos totalmente estranhos sobre o modo de fazer as coisas. Nessa altura, eles desenvolvem diversos mapas mentais acerca do seu posto de trabalho, que lhes permite atribuir sentido e significado aos elementos chave da organização, como sejam as normas e os padrões de comportamento. A sua racionalização sobre os novos papéis é efectuada através de um processo de aprendizagem social, que dá informação relativa aos valores culturais. Porém, no início, os novos elementos experienciam apenas os aspectos mais concretos e perceptíveis da cultura, tais como normas e padrões de comportamento. Com o passar do tempo, eles desenvolvem uma capacidade de interiorização dos valores e pressupostos básicos a um nível menos consciente, ou seja, com o tempo, as experiências que vivenciam e as suas interpretações formarão a base de processos mais profundos e cada vez menos conscientes. A maior ou menor adesão dos novos elementos aos aspectos culturais instituídos, decorre, em grande parte, da sua percepção de compatibilidade entre as normas existentes e os fenómenos organizacionais ocorridos. Ainda segundo os mesmos autores, durante a assimilação das normas, os indivíduos recebem mensagens provenientes de várias fontes, seja no âmbito do seu papel no interior da organização, seja acerca de pistas globais da envolvente, que podem ser contraditórias entre si. Às divergências acentuadas nessa informação associam-se, frequentemente, mensagens negativas inerentes a culturas orientadas para a segurança individual, que se caracterizam por uma estrutura hierárquica pesada, cujos níveis correspondem a diferenças entre normas de comportamento, valores e crenças e onde é dada particular atenção à importância do poder das chefias sobre os seus subordinados. Os processos de socialização resultantes enfatizam a conformidade e dificultam a iniciativa individual. Por outro lado, a um grande empenho da organização no desenvolvimento profissional dos seus membros, associam-se normalmente mensagens

positivas que veiculam oportunidades para exercer um comportamento pautado por flexibilidade e inovação.

Como vimos, o indivíduo passa por vários processos de socialização ao longo da sua vida e conforme os vários grupos sociais por onde passou, desde a família, a escola e organizações de carácter profissional, cada um desses processos implicou, seguramente, mudanças na sua forma de ser e de estar e são estas alterações que vão permitindo, a cada momento, que a pessoa fortifique ou altere os seus valores.

Assim, se por um lado o processo de socialização influencia os valores do indivíduo, por outro lado conseguimos também identificá-lo como um momento privilegiado para promoção e desenvolvimento de determinadas características do indivíduo, nomeadamente das suas capacidades psicológicas positivas. Daqui se compreende a relevância do processo de socialização no âmbito deste trabalho

## Valores

Discussões teóricas e investigações empíricas sobre o papel dos valores na interacção humana e nos sistemas sociais abundam na literatura de Psicologia Social e na de Sociologia. Como vimos anteriormente, os valores fazem parte da definição básica da Cultura em geral e da Cultura Organizacional em particular, estando em constante mudança durante toda a vida de um indivíduo, por força dos vários processos de socialização pelos quais vai passando ao longo do tempo. Urge então explanar este tema para que possamos posteriormente compreender a análise da variável Social que será efectuada exactamente através de uma escala de valores.

### *Origem e Definição*

Em termos de vocábulo, “valor” tem origem no Latim e deriva da palavra “valere”, o que significa “valer a pena”. Já em termos conceptuais a sua definição não é tão simples, existindo diversa literatura sobre o tema. A definição mais consensual parece ser a de Schwartz e Bilsky (1990) que identifica os valores como representações cognitivas dos objectivos e motivações humanas importantes, sobre as quais as pessoas têm de comunicar de forma a coordenar o seu comportamento. O conteúdo que mais significativamente distingue um valor do outro é o tipo de motivação ou objectivo que ele representa.

De acordo com McClelland (1985, cit. por Gomes, 1990), motivos e objectivos são constructos de personalidade distintos, com um impacto diferente na predição de acções, escolhas e outros comportamentos guiados.

Schwartz (2003) refere que muitos cientistas sociais encaram os valores como motivações abstractas que guiam, justificam ou explicam atitudes, normas, opiniões e acções (eg Halman e de Moor, 1994; Rokeach, 1973; Schwartz, 1992; Williams, 1986). No entanto, poucos distinguem entre valores e atitudes (Halman e de Moor, 1994). Habitualmente medem os valores com uma série de questões de atitudes em domínios específicos tais como religião, moral, política, trabalho, etc., e isto acontece em parte por falta de uma teoria compreensível acerca das motivações básicas que são socialmente representadas como valores e por outra parte também pela inexistência de um instrumento teórico criterioso para medir valores. Como resultado, a maioria dos estudos empíricos sobre valores são muito mais fragmentados e muito menos integrados do que seria desejável (Schwartz, 2003).

Contudo, parece ser consensual que os valores são orientações básicas assumidas que sublinham e influenciam as diferenças individuais em muitos dos constructos estudados. Os valores fornecem poder explanatório e preditivo na análise de atitudes, opiniões e acções. Eles podem, ainda, reflectir grandes mudanças sociais nas sociedades e entre nações.

Por tudo isto, os valores são geralmente caracterizados como preferências individuais relativamente estáveis que reflectem a socialização.

Uma análise detalhada das várias definições de valores na literatura revela-nos cinco características comuns (Schwartz e Bilsky, 1987; Schwartz, 2003):

- a) são conceitos ou crenças – são estruturas cognitivas que estão muito ligadas aos afectos. Quando os valores são activados, eles misturam-se com os sentimentos. Por exemplo, pessoas para quem a independência é um valor importante, discutem-no com paixão e ficam zangadas se a sua independência for ameaçada e ficam felizes quando a podem expressar;
- b) dizem respeito a comportamentos/objectivos desejáveis – por exemplo, igualdade social ou justiça são valores;
- c) transcendem acções e situações específicas – a obediência e honestidade, por exemplo, são valores que podem ser relevantes no trabalho, na escola, no desporto, nos negócios, na política, com a família, amigos ou desconhecidos. Estes valores não têm a ver com normas e atitudes, são conceitos que normalmente se referem a acções, objectos ou situações específicas;
- d) guiam a selecção ou avaliação dos comportamentos e eventos – os valores como standard ou critério, guiam a selecção ou avaliação de acções políticas, pessoas ou eventos. As pessoas decidem se as acções políticas, pessoas ou eventos são bons ou maus, justificadas ou ilegais, conforme considerem que facilitam ou dificultam a obtenção de valores;

- e) são ordenados pela importância relativa uns aos outros – a série de valores ordenados constitui um sistema de prioridades de valores. As culturas e os indivíduos podem ser caracterizados pelos seus sistemas de prioridades de valores. Por exemplo, as pessoas atribuem mais importância ao poder ou à justiça, à novidade ou à tradição? quais destes valores são mais ou menos importantes como guias e justificações para as decisões tomadas pelos actores nas instituições sociais (legais, políticas, económica, educativas, familiares, religiosas, etc.)?

Schwartz (2003), refere-se a estas características como a "natureza dos valores" e indica ainda uma sexta característica que é a importância relativa da série de valores relevantes que guiam a acção. É que qualquer atitude ou comportamento tem normalmente implicações em vários valores. Por exemplo, frequentar a igreja pode expressar e promover valores como a tradição, o conformismo, a segurança e a benevolência para uma pessoa, mas como uma extensão dos valores de hedonismo, auto direcção e estimulação. Cada valor contribui para a acção com uma dupla função, conforme a sua relevância para a acção e conforme a sua importância para o actor social.

Os investigadores estão interessados nas orientações básicas dos valores não apenas como variáveis independentes mas também como variáveis dependentes que reflectem as influências às quais os indivíduos e os grupos estão expostos.

Uma fonte importante para os cientistas sociais é a análise do temperamento dos recém nascidos (Rokeach, 1973) pois ela estabelece os limites nas prioridades dos valores que num grupo ou sociedade se pode transmitir sucessivamente.

A outra fonte principal refere-se directamente à experiência social. As experiências comuns que as pessoas têm por causa das localizações que partilham na estrutura social (a sua educação, idade, género, ocupação, etc.), influenciam a sua prioridade de valores. Adicionalmente, os indivíduos têm experiências únicas (traumas, relações com os pais, etc.) que afectam a prioridade de valores dos grupos e os indivíduos podem revelar os impactos das maiores mudanças sociais (mudanças nas condições económicas e políticas) e nas experiências distintas de cada subgrupo na população a que está exposto.

No campo organizacional, pode acontecer que determinado valor tenha um significado para um indivíduo que, em contexto organizacional, tenha outro significado diferente e daí possa advir um choque de valores com impacto no seu desempenho enquanto colaborador. Também para responder a este problema, surge a teoria dos Valores Partilhados<sup>1</sup> (McDonald e Gandz, 1991).

---

<sup>1</sup> *Shared Values*

### *A Necessidade de Valores Partilhados*

Metáforas simplistas tais como a perspectiva dos recursos humanos serem “um par de mãos” ou “unidades de trabalho” como prevaleciam no período industrial da nossa sociedade, hoje em dia já não se aplicam na dinâmica actual da idade pós industrial. O mercado geral necessita não apenas do valor acrescentado fornecido pelo “par de mãos” dos recursos humanos mas do que advém da sua mente e do seu coração (McDonald e Gandz, 1991).

Organizações que pretendem vencer têm de utilizar as forças tradicionais da vantagem competitiva: financeira, estratégica e tecnológica, mas têm também de estabelecer capacidade organizacional: a capacidade de criar envolvimento das pessoas com a organização (Ulrich e Lake, 1990).

De acordo com Morgan (1986), os valores partilhados permitem aumentar o reconhecimento das organizações como realidades sociais com a sua própria cultura.

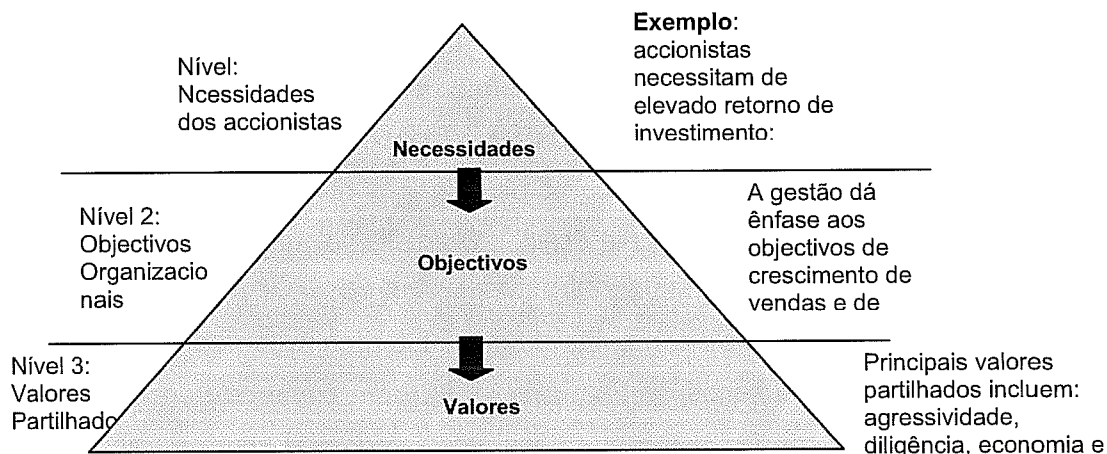
Nos últimos anos, o conceito dos valores no mundo dos negócios tornou-se incrivelmente popular quer nos jornais académicos quer na imprensa do mundo dos negócios. Segundo McDonald e Gantz (1991), existem muitas ideias conceptuais na pesquisa de valores, mas poucas pessoas conseguiram identificar e operacionalizar dimensões de valores relevantes para o contexto organizacional. As três taxinomias mais relevantes neste âmbito são as de Allport, Vernon, e Lindzey, 1960; England, 1967 e Rokeach, 1973, mas qualquer uma delas é já bastante antiga, com alguns pontos questionáveis e a sua relevância para os gestores de recursos humanos actuais será mínima. Apesar do seu inegável contributo para o seu período e domínio, são agora inapropriadas para uso efectivo na época em que vivemos (McDonald e Gantz, 1991).

Ao nível individual, os valores foram conceptualizados como os antecedentes básicos do comportamento. Por exemplo, Rokeach (1973, p. 24) descreve os valores como omnipresentes no comportamento social: “Os valores são determinantes de todos os tipos virtuais de comportamento que possa ser chamado de comportamento social – de acção social, atitudes e ideologia, avaliações, juízos morais, e justificações de si próprio e de outros, comparações de si comos outros, apresentação de si próprio e de outros e tentativa de influenciar os outros”.

Ao nível organizacional, os valores foram conceptualizados como o elemento mais prático e mensurável no fenómeno da cultura organizacional.

A este respeito, Wiener (1988, p. 534) diz: “ O estudo da cultura organizacional pode beneficiar de um foco nos valores partilhados, um dos seus elementos principais mensuráveis.”

Da perspectiva da investigação, a consequência da congruência dos valores individuais-organizacionais deve conseguir operacionalizar valores quer ao nível de análise individual quer organizacional, garantindo que o conceito significa o mesmo quer para um indivíduo quer para a organização como um todo. A proposta da lista dos valores partilhados foi desenvolvida por McDonald e Gantz (1991), tendo em conta este critério e pode resumir-se como representado na figura 2.



Parceiros da organização	Objectivos organizacionais	Valores partilhados	
Clientes	Moral elevada	Adaptabilidade	Experimentação
Empregados	Liderança do mercado	Agressividade	Justiça
Accionistas	Entrega atempada	Autonomia	Perdão
Sociedade	Rentabilidade	Tolerância	Formalidade
Fornecedores	Qualidade	Precaução	Humor
	Segurança e Saúde	Consideração	Iniciativa
	Crescimento de vendas	Cooperação	Lógica
	Serviço	Cortesia	Integridade Moral
	Liderança tecnológica	Criatividade	Obediência
		Desenvolvimento	Abertura
		Diligência	Regularidade
		Economia	Igualdade Social

**Figura 2** – Valores partilhados: Uma estrutura de classificação de três níveis ligando as necessidades dos accionistas, os objectivos organizacionais e os valores partilhados.

Adaptado de McDonald e Gandz, 1991

A importância desta proposta reside no facto de ficar demonstrado que os valores individuais e organizacionais podem coexistir de modo ajustado, de forma a poderem ser interpretados de igual modo quer a nível individual quer social.

### *Modelo de Valores*

Um dos estudos mais consistentes nesta matéria é o de Schwartz (2003), já que nos apresenta uma abordagem em que desenha uma teoria bem validada de toda uma série de conteúdos motivacionais básicos de valores, especificando uma série de dez orientações de valores que provavelmente englobam as principais orientações diferentes entre culturas. Estas orientações são na literatura referidas como os dez tipos distintos de valores: poder, realização, hedonismo, estimulação, auto direcção, universalismo, benevolência, tradição, conformidade e segurança (Schwartz, 1992, 2003). A importância relativa atribuída a cada um destes tipos de valores constitui o sistema individual de hierarquização de valores.

O modelo dos valores humanos de Schwartz (1992) tem como referência teórica o modelo de valores de Rokeach (1973) e a sua construção iniciou-se com os trabalhos de Schwartz e Bilsky (1987; 1990), baseando-se no pressuposto de que os valores apresentam sob a forma de objectivos conscientes, três necessidades universais (biológicas, de interacção social e necessidades sociais/ institucionais) e podem ser caracterizados de acordo com a natureza dos objectivos e representam interesses individuais, colectivos ou ambos (Schwartz e Bilsky, 1987).

Em 1987 Schwartz e Bilsky (1990) propõem então uma teoria sobre a estrutura psicológica universal dos valores humanos. Esta identifica os aspectos necessários para definir valores humanos e especificar os tipos de valores existentes (chamados, *motivational domains*, onde as pessoas com diferentes culturas são diferenciadas (e.g. segurança, realização pessoal, etc.). Esta teoria sugere que tipos de valores se agrupam de forma compatível (e.g. tradição e segurança) e aqueles que se opõem (e.g. autonomia e conformidade). De acordo com estes autores, há três requisitos universais que todos os indivíduos e sociedades devem ser responsáveis: necessidades individuais, como organismos biológicos, requisitos de coordenação da interacção social e do bem-estar e sobrevivência dos grupos. Estes requisitos devem ser representados cognitivamente sob a forma de valores. Através da socialização e desenvolvimento cognitivo, os indivíduos aprenderiam a representar os requisitos como objectivos conscientes e valores, para usar termos culturalmente partilhados para comunicar acerca destes valores e objectivos e assim atribuir diferentes graus de importância a cada um.

Considerando que “o primeiro aspecto de um valor é o tipo de objectivo ou interesse motivacional que é expresso” (Schwartz, 1992), Schwartz cria a partir daqui diversos tipos

de valores motivacionais. Os tipos de motivação são caracterizados pela definição de objectivos e um conjunto específico de valores. Depois de múltiplas avaliações empíricas da teoria, Schwartz define então os já acima referidos dez tipos de valores motivacionais que retratam as tais três necessidades comuns a todos os indivíduos e sociedades.

Uma estrutura do sistema de valores é apresentada por Bilsky e Schwartz (1994), conforme esquematizado no Quadro 3. Este quadro apresenta as definições de cada tipo de valores, identificado com base no seu sentido motivacional e respectivos exemplos de valores específicos para explicar o conceito. Cada tipo de valor pode ser caracterizado através da descrição do seu objectivo motivacional central, sendo que os valores específicos que representam cada tipo de valor aparecem entre parêntesis.

Valor	Definição
<b>Poder</b>	Estatuto social e prestígio, controlo ou dominância por sobre pessoas e recursos (poder social, autoridade, prosperidade, preservação da imagem pública)
<b>Realização</b>	Sucesso pessoal através de demonstração de competência de acordo com padrões sociais (bem sucedido, capaz, ambicioso)
<b>Hedonismo</b>	Prazer e satisfação sensual para si próprio (prazer, desfrutar a vida)
<b>Estimulação</b>	Entusiasmo, novidade e desafio na vida (ousadia, uma vida variada)
<b>Autonomia (<i>self direction</i>)</b>	Pensamento e escolha de acção independentes - escolher, criar, explorar (criatividade, liberdade, curiosidade, independência, escolher os seus próprios objectivos)
<b>Universalismo</b>	Compreensão, apreciação, tolerância e protecção da prosperidade de toda a gente e para a natureza (justiça social, sabedoria, um mundo em paz, um mundo de beleza, unidade com a natureza, protegendo o ambiente, igualdade)
<b>Benevolência</b>	Preservação e aumento da prosperidade das pessoas com que cada um está em contacto frequente (útil, capaz de perdoar, honesto, leal)
<b>Tradição</b>	Respeito, compromisso e aceitação dos costumes e ideias que a cultura tradicional ou a religião impõem a si próprio (aceitação da minha participação na vida, devoto, respeito pela tradição, humilde, moderado)
<b>Conformidade</b>	Restrição de acções, inclinações, e impulsos provavelmente para derrubar ou prejudicar outros e violar expectativas sociais ou normas (polidez, obediência, autodomínio, honrar pais e pessoas idosas)
<b>Segurança</b>	Segurança, harmonia e estabilidade de sociedade, de relações, e de si próprio (segurança da família, segurança nacional, ordem social, limpeza, troca recíproca de favores, sentido de pertença)

**Quadro 3.** Definições dos tipos motivacionais de valores e exemplos de valores que expressam cada um dos tipos, in Bilsky e Schwartz, 1994

Esta estrutura de valores tem subjacente o princípio segundo o qual a sua organização resulta das relações de compatibilidade e incompatibilidade que se estabelecem entre os valores. Esta forma de pensar os valores, enquanto princípios conciliáveis ou não entre si, é talvez o aspecto mais inovador do modelo proposto por

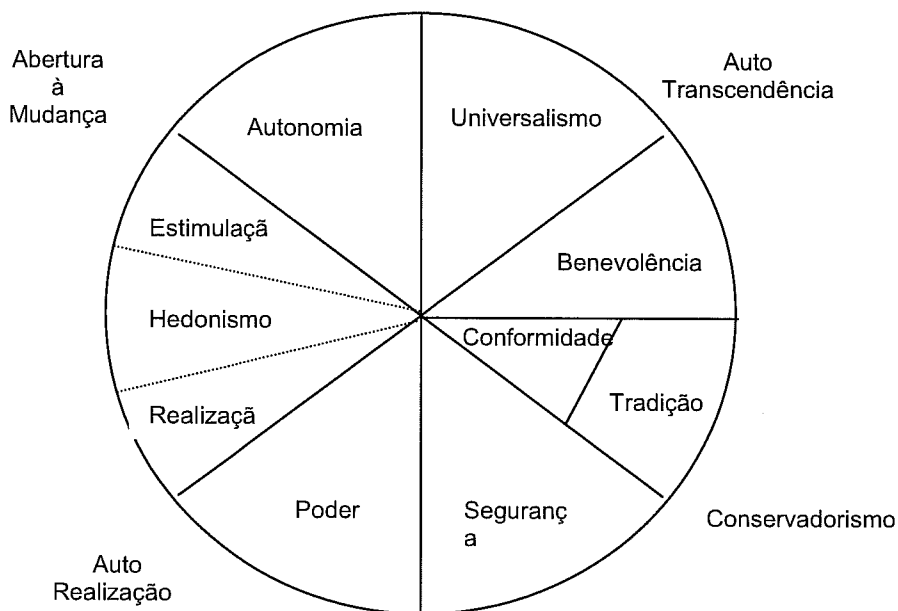
Schwartz (nomeadamente relativo a outras teorias como por exemplo as propostas por Rokeach, 1967 e por Inglehart, 1997, cit. por Bilsky e Schwartz, 1994).

Estes dez valores motivacionais são agrupados pelo autor em quatro grandes dimensões: Auto-Realização, Auto – Transcendência; Abertura à Mudança e Conservadorismo.

A dimensão auto-realização compreende os valores poder e realização e a dimensão auto-transcendência compreende o universalismo e a benevolência; ie, podemos analisar auto-realização vs auto-transcendência. Ambas enfatizam o alcance dos interesses individuais e ambos são igualmente atentos no que diz respeito ao bem-estar e interesse pelos outros.

A dimensão abertura à mudança compreende os valores autonomia (opção de tradução da expressão *self – direction*) e a estimulação, e a dimensão conservadorismo, compreende os valores de segurança, conformismo e tradição, ie, podemos analisar autonomia vs conservadorismo. Todos estes valores engrandecem acções/ comportamentos independentes, sendo que o primeiro (abertura à mudança) promove o alcance de novas experiências, e o segundo (conservadorismo) enfatiza comportamentos ordenados, mais restritos, e resistentes à mudança (Schwartz, 2003).

O Hedonismo partilha elementos quer da abertura à mudança quer da auto-realização.



**Figura 3:** Modelo teórico das relações entre os dez tipos de valores motivacionais, in Schwartz, 2003

Na Figura 3 podemos visualizar mais facilmente a distribuição dos valores pelas quatro dimensões referidas. A estrutura circular representa o total de padrões de relações de conflito e congruência entre as variáveis. A disposição circular representa um continuum motivacional. Quanto mais perto estiverem dois tipos na mesma direcção à volta do círculo, mais similares serão as suas motivações. Quanto mais distantes estiverem, mais antagónicas serão as suas motivações.

As acções que se desenvolvem para alcançar cada tipo de valor têm consequências psicológicas e sociais que podem ser compatíveis ou entrar em conflito com a persecução de outro tipo de valores. Por exemplo, acções para exprimir valores de conformidade (por exemplo educação) são compatíveis com acções para expressar valores de segurança (por exemplo, de ordem social). Isto porque ambos os conjuntos de acções contribuem para estados compatíveis de harmonia interpessoal e cumprimento de normas sociais. Pelo contrário, a persecução de valores de realização podem entrar em conflito com a persecução de valores de benevolência: procurar o sucesso individual para uma pessoa pode impedir acções destinadas ao bem-estar de outros que precisam da ajuda de alguém. Um dos aspectos inovadores presentes no modelo de Schwartz consiste em representar os valores como elementos de uma matriz de relações conflituais ou de compatibilidade. Quanto maior for a distância entre dois valores, maior será o grau de incompatibilidade relativamente às motivações que lhes estão subjacentes.

O estudo das incompatibilidades entre valores conduziu Schwartz a criar uma estrutura bidimensional onde situar cada um dos valores. Esta estrutura é composta por quatro tipos de valores supra-ordenados que formam duas dimensões conceptuais básicas e bipolares: a primeira, que opõe valores de *auto-transcendência* (e.g., universalismo e benevolência) a valores de *auto-promoção* (e.g., poder, realização) e que traduz o conflito entre a aceitação dos outros como iguais e a preocupação com o seu bem-estar *versus* a prossecução do sucesso individual e do domínio sobre os outros; e a segunda que opõe valores de *abertura à mudança* (e.g., auto - centração, estimulação, etc.) a valores de *conservação* (e.g., tradição, segurança, etc.) e que traduz o conflito entre o desejo de autonomia intelectual, liberdade de acção e orientação para a mudança *versus* a obediência, a preservação das práticas tradicionais e a protecção da estabilidade (Schwartz, 2003).

## OBJECTIVOS E HIPÓTESES DE INVESTIGAÇÃO

Como foi referido anteriormente, podemos identificar valores individuais quando falamos ao nível do indivíduo, da sua personalidade, valores organizacionais quando encaramos as organizações como realidades sociais com a sua própria cultura (Morgan, 1986) e ainda de valores partilhados, quando pensamos em valores cuja conceptualização igual, quer seja aplicada em contexto individual quer em contexto organizacional. Apesar de se poderem distinguir desta forma, em termos gerais, eles representam sempre um elemento que motiva determinada atitude ou orienta o comportamento do indivíduo.

Por seu lado, sendo o Capital Psicológico o conjunto de capacidades positivas, estas poderão ser influenciadas pelos valores.

Luthans (2002a), afirma que as análises psicométricas indicam que a escala da esperança é relativamente não influenciada pela desejabilidade social. Por seu lado, Syder e colaboradores (1996) indicam que ter esperança é o indivíduo acreditar que consegue definir objectivos, descobrir como os atingir e motivar-se a si próprio para ser bem sucedido. Assim, podemos prever que a esperança esteja relacionada com os valores obtidos em termos das dimensões auto-realização e auto-transcendência, uma vez que esta estrutura bidimensional assenta no 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.

Por isto, colocamos as seguintes hipóteses de estudo:

**Hipótese 1:** a esperança está negativamente relacionada com a auto-transcendência

**Hipótese 2:** a esperança está positivamente relacionada com a auto-realização

A literatura indica que o indivíduo optimista é facilmente motivável para trabalhar mais, está mais satisfeito e apresenta níveis de moral superiores, tem maior ambição e define objectivos concretos, é perseverante face a obstáculos e dificuldades, encara os insucessos pessoais como temporários e não como fracassos pessoais e é vigoroso física e mentalmente (Luthans, 2002a), pelo que será expectável que revele valores mais positivos na dimensão abertura à mudança onde prevalecem valores como a autonomia e a estimulação.

Por outro lado, se ele ultrapassa obstáculos e dificuldades no sentido de alcançar os seus objectivos, poder-se-á esperar que seja menos ligado a valores como o conformismo, a tradição ou a segurança, que fazem parte da dimensão conservadorismo.

Propomo-nos então estudar as seguintes hipóteses:

**Hipótese 3:** o otimismo está negativamente relacionado com a dimensão conservadorismo

**Hipótese 4:** o otimismo está positivamente relacionado com a dimensão abertura à mudança

Se o otimismo, esperança, auto-eficácia e resiliência têm impacto nas características de realização, perseverança e motivação, possivelmente quem tem níveis mais elevados de destas características terá valores pertencentes à dimensão auto-realização (poder, realização). Neste sentido, todas elas poderão estar relacionadas com os valores de auto realização e, segundo o modelo proposto por Schwartz, poderemos prever que não apresentem valores da dimensão auto-transcendência.

Assim, analisaremos as seguintes hipóteses:

**Hipótese 5** – o otimismo está positivamente relacionado com a dimensão auto-realização

**Hipótese 6** – o otimismo está negativamente relacionado com a dimensão auto-transcendência

**Hipótese 7** – a resiliência está positivamente relacionada com a dimensão auto-realização

**Hipótese 8:** a resiliência está negativamente relacionada com a auto-transcendência

**Hipótese 9** – a auto-eficácia está positivamente relacionada com a dimensão auto-realização

**Hipótese 10:** a auto-eficácia está negativamente relacionada com a auto-transcendência

## MÉTODO

Neste capítulo é dada a conhecer a estrutura da investigação, as características dos participantes que contribuíram para a realização deste estudo, o instrumento utilizado e o procedimento.

O objectivo é explorar as relações entre o capital psicológico, por um lado, e a cultura, por outro. Ou seja, pretende-se verificar se existe uma relação entre o PsyCap (nível Individual) e os Valores (nível Social).

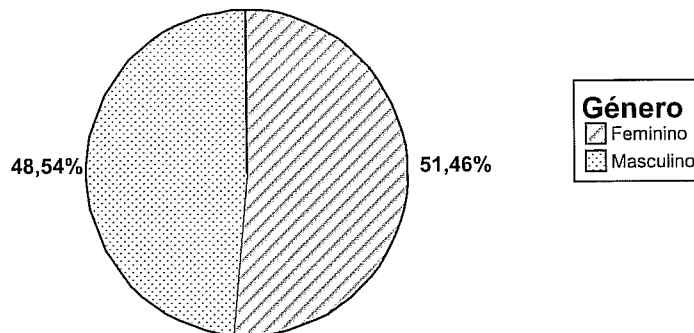
### Estrutura da investigação

O presente estudo é um estudo correlacional por pretender explorar as relações existentes entre capital psicológico e valores. O plano correlacional é caracterizado pelo facto de o investigador não manipular quaisquer variáveis e todos os dados sobre elas serem recolhidos no mesmo momento. Neste plano, é também impossível estabelecer uma ordem causal entre as variáveis que se estão a considerar, como sucede no plano experimental (Bryman e Cramer, 2003).

Recorrendo à tipologia de Campbell e Stanley (1966 cit. por D'Oliveira, 2002), nos estudos correlacionais são pesquisadas relações entre as variáveis em estudo. A definição de qual a causa e qual o efeito, é algo que é efectuado pelo investigador. A possibilidade de existirem variáveis moderadoras das relações em estudo é ilustrativa de um menor controlo de explicações alternativas para a causalidade, neste tipo de trabalho.

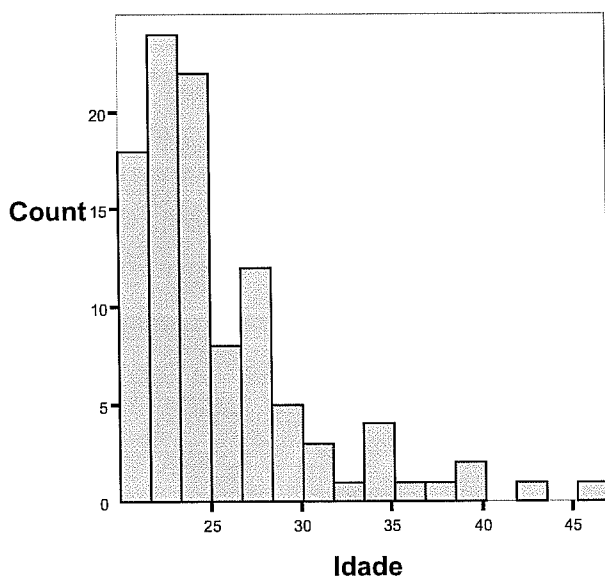
### Participantes

Participaram no estudo 103 indivíduos, distribuídos de forma equilibrada em termos de sexo: cerca de 51,5% do sexo feminino e os restantes do sexo masculino, como observável na Figura 4.



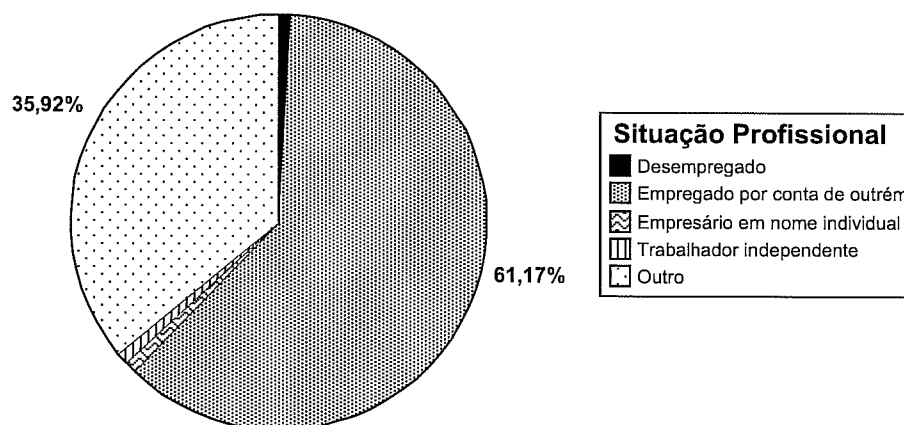
**Figura 4:** Gráfico de distribuição dos participantes por sexo.

Por se ter optado por aplicar o questionário a população universitária, a maioria dos respondentes apresenta menos de 25 anos (ver Figura 5). Há, no entanto, indivíduos com diferentes idades pois foram entregues questionários quer a alunos diurnos quer do regime pós laboral, o que fez com que o leque de idades fosse mais abrangente.



**Figura 5:** Gráfico de distribuição etária da amostra

Quanto ao tipo de situação profissional, como observável na figura 6, apesar de 36% da amostra se incluir na categoria “outros” (indicando depois serem estudante ou trabalhador estudante), a grande maioria (cerca de 61%) identifica-se como “Empregado por conta de outrem”, o que significa, que além desta situação, são também estudantes.



**Figura 6:** Gráfico de distribuição da amostra por situação profissional

### O Instrumento

O método utilizado foi quantitativo, tendo requerido vasta recolha de dados<sup>2</sup>.

Foi assim criado um questionário que reuniu três instrumentos já existentes: o PsyCap de Luthans, a Escala de valores de Schwartz e o Indicador de Personalidade de Myers-Briggs (MBTI)<sup>3</sup>. Este instrumento é ainda constituído por um quarto grupo, o dos dados biográficos, onde é pedida alguma informação pessoal, permitindo, no entanto, salvaguardar o anonimato.

Para garantir a adaptação dos instrumentos no questionário único a utilizar, foi realizado um pré teste com dez indivíduos de forma a verificar a sua consistência e características métricas. Os resultados foram bastante aceitáveis, tendo sido efectuadas apenas pequenas correcções estruturais.

#### *O PsyCap de Luthans*

Como já referido, o conceito de Capital Psicológico está relacionado com uma série de atributos que os indivíduos podem usar para obter melhor desempenho em todas as esferas da sua vida (Luthans e Youssef, 2004). Estes atributos são a Auto-eficácia, o Optimismo, a Esperança e a Resiliência.

São exactamente estas as dimensões avaliadas pelo PsyCap, de Luthans. Constituído por 41 itens distribuídos por 4 sub escalas, cada uma delas dedicada a um atributo em particular, procurando perceber a forma como o respondente se sente e se

<sup>2</sup> Este trabalho foi realizado em conjunto com outra colega que analisou a influência no capital psicológico pela variável Micro (nível Individual – predisposições comportamentais), pelo que o instrumento é composto também por um questionário de escolhas e preferências que permitiu à colega analisar a referida vertente Micro: MBTI.

<sup>3</sup> Este questionário encontra-se no anexo A.

descreve a si próprio. É utilizada, em cada uma das secções, uma escala de 1 a 6 nos seguintes moldes: na secção A (escala que avalia a Esperança – Snyder e colaboradores, 1996) pretende-se que o respondente seleccione o grau em que cada uma das seis afirmações o descreve como pessoa, em que o 1 representa uma afirmação “definitivamente falsa” e o 6 uma afirmação “definitivamente verdadeira”; na secção B (escala que avalia o Optimismo) é pedido que o respondente assinale o grau em que cada uma das dez afirmações o descreve como pessoa, em que o 1 significa que “discorda fortemente” e o 6 que “concorda fortemente”; na secção C (escala que mede a Auto-Eficácia – Schwarzer e Jerusalém, 1993) é solicitado que o respondente seleccione o grau em que cada uma das catorze afirmações se aplica a si próprio, sendo que o 1 significa que “não se aplica, de todo” e o 6 se “aplica fortemente”, e na secção D (escala que mede a Resiliência - Bolck e Kreman, 1996) é pedido ao respondente que refira o modo como geralmente enfrenta problemas e dificuldades, assinalando, em dez afirmações, a sua resposta, sendo que o 1 significa que “não se aplica, de todo” e o 6 se “aplica fortemente” ao mesmo.

O PsyCap permite tirar uma radiografia das Capacidades Psicológicas Positivas, medindo o capital psicológico positivo, sendo que o seu resultado permitirá ao indivíduo a tomada de consciência das capacidades a desenvolver no sentido de adoptar uma liderança positiva.

A análise dos dados é efectuada através da soma dos valores das respostas dadas em cada uma das secções, à excepção do Optimismo, em que apenas os itens 1, 4 e 10 são calculados já que dos restantes itens uns são factores distractores e outros medem o Pessimismo.

Relativamente à Esperança, há que fazer a distinção entre duas componentes, segundo Snyder e colaboradores (1996): a componente agência e a *pathway*. A primeira relaciona-se com a capacidade percebida pelo indivíduo para iniciar e manter as acções necessárias para atingir um objectivo. A segunda relaciona-se com a capacidade do indivíduo para criar caminhos para atingir um objectivo. Assim, a Esperança pode ser definida como um cenário cognitivo baseado num sentido reciprocamente derivado de agencia (determinação para atingir o objectivo) e *pathways* (planeamento para atingir objectivos). Ambas as componentes são necessárias para obter altos níveis de Esperança e elas interagem entre si, mas não são sinónimos. O resultado total da escala de esperança é a soma dos seis itens.

### *A Escala de valores de Schwartz*

O questionário aplicado foi a versão de 2002 de Shalom Schwartz. Este teste proposto por Schwartz é constituído por 21 itens que reflectem os 10 tipos de valores motivacionais e que nos possibilitará, neste estudo, analisar a variável macro: sócio-cultural.

Esta Escala de Valores foi baseada no Value Survey de Schwartz (SVS), de 1992, que será das mais usada pelos investigadores para estudar as diferenças individuais em valores. A concepção dos valores que guiaram o seu desenvolvimento derivou directamente dos dez tipos de valores atrás referidos (Bilsky e Schwartz, 1994) no ponto deste estudo dedicado ao Modelo de Valores.

Schwartz (2003) afirma que estes dez tipos de valores tencionam incluir todos os principais valores reconhecidos em varias culturas do mundo e cobrem os conteúdos das várias categorias discutidas no âmbito de estudos sobre valores pois eles derivam dos três requisitos universais da condição humana: as necessidades do individuo como organismo biológico, os requisitos da interacção social coordenada e as necessidades de sobrevivência e bem-estar dos grupos.

Segundo Schwartz (2003), idealmente, esta escala deve medir as orientações básicas dos valores de forma compatível com a concepção dos mesmos. Muitos dos itens referem-se frequentemente a situações ou domínios específicos, conseqüentemente, eles não medem valores básicos no sentido dos valores que são virtualmente relevantes em todas as situações. No entanto, os investigadores combinam frequentemente as respostas a itens de domínios específicos de modo a sublinhar valores transaccionais.

Nesta escala cada valor é medido através de itens, constituídos por afirmações que indicam uma pessoa com determinadas características. Cada item tem duas frases que correspondem a duas maneiras diferentes de expressar o que essencialmente constitui a motivação das pessoas, reflectindo os seus objectivos e ambições. Para cada grupo de afirmações era pedido aos sujeitos que dissessem em que grau é que se identificavam com a pessoa com as características descritas na afirmação, numa escala de 1 (exactamente como eu) a 6 (não tem nada a ver comigo).

Este instrumento operacionaliza a definição “objectivos motivacionais” através da descrição da pessoa como aquela que está motivada para atingir determinados objectivos (os objectivos das dez orientações de valores), e fá-lo mencionando os seus objectivos mais importantes, as suas aspirações, desejos, etc. cada item contém duas formas diferentes de expressar o que é essencialmente a motivação para o mesmo objectivo. Todos os itens contém termos que apontam claramente para a motivação para esse objectivo, como por exemplo: “dedica-se”, “quer”, “gosta”, “acredita”, “acha que as pessoas devem”, etc. Cada

uma destas expressões conduz a uma resposta que encaixa na definição de valor porque todas apontam directamente para o facto da pessoa estar motivada para alcançar um dos dez objectivos dos valores (Schwartz, 2003).

O autor afirma que o instrumento pode ser usado simplesmente para medir distintamente os dez valores de motivação, ou seja, usar os dez valores obtidos e associá-los a outras variáveis. Neste caso, um critério poderia ser perguntar se existe um índice de confiança interno de cada tipo de valor. Mas dado que nove dos dez tipos de valores são medidos apenas por dois itens e o décimo por três, não podemos obter alta segurança interna. O critério utilizado é o do conjunto dos valores analisados através de uma escala multidimensional e da observação da disposição dos itens num espaço bidimensional (duas dimensões são normalmente suficientes para obter uma boa representação das associações), pelo que, apesar de ser possível ser feito, trabalhar apenas com os dois itens dificultará o delineamento das fronteiras entre os dados (Schwartz, 2003). É, portanto, desaconselhado pelo autor a análise dos dez tipos de valores individualmente.

Assim, optou-se por analisar o capital psicológico face aos quatro grandes grupos que incluem os dez tipos de valores de forma a obtermos dados potencialmente mais consistentes.

A escala está concebida em duas versões: uma dirigida aos homens e outra dirigida às mulheres. Neste estudo, e porque esta divisão metodológica só se aplica por motivos de compreensão verbal, utilizaremos uma versão comum a ambos os sexos, por se considerar que as questões não suscitam quaisquer dúvidas em termos de género.

## Recolha de dados - Procedimentos

A recolha de dados foi efectuada através da aplicação do instrumento a estudantes universitários, de nacionalidade portuguesa. Alguns foram entregues pessoalmente, outros foram enviados e devolvidos devidamente preenchidos via correio electrónico.

Cada questionário seguiu com uma folha explicativa sobre o contexto em que o mesmo surge e apelando à importância do seu preenchimento<sup>4</sup>.

Em geral não existiram dúvidas em relação ao que foi pedido mas registámos alguns comentários quanto à escala apresentada no módulo II- Valores, já que a ordem de resposta era diferente das anteriores e poderia conduzir a respostas contrárias ao respondente menos concentrado.

Foram entregues 200 questionários e após bastante insistência junto dos visados, conseguimos que fossem devolvidos apenas 103, o que representa uma taxa de retorno de 51,5%, bastante aquém do esperado.

Regra geral, os respondentes manifestaram o seu desagrado pelo facto do questionário ser muito longo e exigir muito tempo de resposta. Comprovámos esta dificuldade por nos terem sido devolvidos 9 questionários preenchidos apenas até metade, os quais foram anulados, não tendo integrado a análise.

Sucedida a fase de recolha dos questionários, estes foram analisados.

A aplicação dos questionários decorreu entre Maio e Outubro de 2008.

O tratamento estatístico foi realizado com a versão 15 do programa SPSS.

---

<sup>4</sup> Carta apresentada como Anexo A, juntamente com o Questionário.

## RESULTADOS

### Análise das Qualidades Métricas da Escala de Valores de Schwartz

#### Validade de Constructo – Análise Factorial

Antes de proceder à análise de Validade de Constructo da escala de valores desenvolvida por Schwartz testou-se o grau de adequação da análise factorial à amostra em estudo. Nesse sentido, observou-se o valor de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) e Teste de Esfericidade de Bartlett. O valor de KMO é considerado aceitável a partir de 0,7 e se o Teste de Esfericidade de Bartlett apresentar um  $p$ -value  $<.001$ , pode concluir-se que as variáveis se correlacionam significativamente (Maroco, 2003). Verificou-se que o coeficiente encontrado foi de 0,657. O valor do KMO (Quadro 4 e anexo B-I) demonstra que as condições para se prosseguir com a análise factorial são boas assim como o é a correlação entre as variáveis. Tendo a análise factorial uma boa adequação à amostra, procedeu-se à sua realização

Escala de Valores	Kaiser-Meyer-Olkin - KMO		
	,657		
	Teste de Esfericidade de Bartlett	Qui-Quadrado	770,561
		Graus de liberdade	210
<i>p</i> -value		,000	

**Quadro 4** - Valor KMO para Escala de Valores

A estrutura factorial encontrada para esta versão final do questionário, através do método de componentes principais e rotação *varimax* encontrou 7 factores, com *eigenvalues* superiores a 1 (ver anexo B-I). No seu conjunto, estes factores representam 69,3 % da variância explicada pelos itens e agrupam-se numa estrutura diferente da estrutura teórica encontrada pelo trabalho desenvolvido por Schwartz. Assim, optou-se por forçar a análise factorial a 4 factores para ver se encontrávamos um melhor ajustamento dos dados à estrutura teórica (ver anexo B-II). Para esta análise, os factores encontrados (KMO=0,657), com *eigenvalues* superiores a 1, representam 52,5 % da variância explicada pelos itens, sendo este valor consideravelmente inferior ao para análise factorial aos 7 itens.

Nesta estrutura ficaram excluídos os itens 9 e 18 por não terem uma saturação acima dos 0,45 em nenhum factor e os itens 3 e 5 revelaram-se impuros. Por tal, considerou-se o maior peso factorial para decidir em que factor este item saturaria.

Ambas as análises factoriais efectuadas às respostas dos participantes da amostra revelaram uma estrutura de agrupamento de itens diferentes da estrutura proposta por Schwartz.

<b>Estrutura de saturação com 7 itens</b>		
<b>Factor</b>	<b>Itens que o compõem</b>	<b>% que explica a variância</b>
Factor 1	2,7,14,16,17 e 20	19,2%
Factor 2	4,6,11 e 13	15,1%
Factor 3	1,5,15	10,8%;
Factor 4	10 e 12	7,37%
Factor 5	3,18 e 21	6,67%
Factor 6	8 e 9	5,24%
Factor 7	18	4,85%
<b>Estrutura de saturação com 4 itens</b>		
<b>Factor</b>	<b>Itens que o compõem</b>	<b>% que explica a variância</b>
Factor 1	4,6,10,11,12 e 13	19,2%
Factor 2	2,5,7,14,16,17 e 20	15,1%
Factor 3	1,8 e 15	10,8%;
Factor 4	3,19 e 21	7,4%
<b>Estrutura de agrupamento de itens proposta por Schwartz</b>		
<b>Subdimensão</b>	<b>Itens</b>	<b>Dimensão</b>
Benevolência	12,18	Auto-transcendência
Universalismo	3,8,19	
Poder	2,17	Auto-Realização
Realização	4,13	
Conformidade	7, 16	Conservadorismo
Segurança	5,14	
Tradição	9,20	
Auto-direcção	1,11	Abertura à mudança
Estimulação	6,15	
Hedonismo	10,21	

**Quadro 5 –** Quadro Comparativo das várias estruturas de itens

O Quadro 5 permite-nos comparar as várias estruturas de itens que acabámos de analisar. A estrutura de saturação dos itens foi encontrada considerando-se o como ponto de saturação 0,45.

Por razões teóricas, nomeadamente porque a estrutura de Schwartz tem maior reconhecimento teórico e foi validada com amostras maiores, decidimos estudar a estrutura factorial conforme proposto por Schwartz e abandonar as duas previamente apresentadas acima. De notar ainda que o próprio Schwartz (2003) recomenda que cada factor deve ser

composto pelos itens que supostamente o compõe à priori, facto que nos levou, definitivamente, a rejeitar a análise factorial da nossa amostra em prol da original. Assim sendo, estudamos a análise factorial de cada um dos 4 constructos teóricos (Auto-transcendência, Auto-Realização Conservadorismo e Abertura à mudança) a partir dos itens que os compõe (ver Quadro 6 e anexo B-III).

O facto de não ter sido encontrada uma estrutura empírica que reproduza a estrutura teórica, poderá dever-se a possíveis efeitos de contexto, como a cultura portuguesa. Estando este questionário sujeito à influência de variáveis contextuais/culturais (note-se que falamos de “valores” são dimensões altamente alteráveis de sociedade para sociedade, ou mesmo de grupo para grupo), é possível que tal possa explicar as diferenças estruturais encontradas na nossa análise. Mais, a amostra que usamos no nosso estudo é relativamente pequena, sobretudo quando comparada à amostra usada por Schwartz e tal poderá também invalidar a estrutura teórica de Schwartz. Por todas estas razões, optamos por manter a estrutura factorial teórica proposta por Schwartz, chamando a atenção para o facto da validade de constructo dever ser estudada em trabalhos futuros.

<b>Estrutura de agrupamento de itens proposta por Schwartz</b>				
<b>Factor</b>	<b>Itens que o compõem</b>	<b>KMO</b>	<b>% que explica a variância</b>	<b>α Alpha de Cronbach</b>
Auto-transcendência	3,8,19 12,18	0,57	58,6 %	0,22
Auto-Realização	2,4,13 e 17	0,59	71,8%	0,59
Conservadorismo	5,7,9,14,16 e 20	0,72	61,2%;	0,73
Abertura à Mudança	1,6,10,11,15 e 21	0,66	59,6%	0,65

**Quadro 6** – Quadro resumo da estrutura proposta por Schwartz

Dadas razões teóricas e os factores apresentarem bons índices de variância explicada pelos itens, ficaremos para a restante análise de dados com estes 4 factores/dimensões. A partir destes resultados, computaram-se 4 novas variáveis com base na média das respostas de cada participante em cada um dos itens que compõe cada factor. Assim sendo, estas passam a ser as variáveis dependentes em estudo e que serão usadas no resto da análise dos resultados.

Sendo a análise factorial um método de extracção de componentes principais a partir de uma amostra, é um procedimento estatístico com elevada aceitação em Ciências Sociais (Bryman & Cramer, 2003; Maroco, 2003), assumimos ser o método mais adequado a utilizar

neste caso. Seguindo o proposto por Schwartz (2003), após a análise factorial, computamos as variáveis/ factores com base na média obtida em cada factor que compõe o item.

*Fidelidade – Consistência Interna pelo método de Alpha de Cronbach*

A consistência interna foi testada para a totalidade dos itens e para as 4 dimensões do questionário através do modelo de alpha de cronbach. Deste modo, os 21 itens apresentam uma boa consistência interna ( $\alpha = 0,73$ ) – ver Quadro 7.

Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach baseado nos itens standartizados	Nº de Itens
,734	,740	21

**Quadro 7** – Alpha de Cronbach dos 21 itens Escala de Schwartz

Note-se que no geral a extracção de qualquer item não aumentaria o valor de alpha, com excepção para o item 3, que subiria ligeiramente o valor de alpha geral para 0,76 (ver anexo B-IV) o que significa que os itens parecem ser consistentes e estão a medir o constructo geral em estudo, isto é, Valores.

No que concerne aos factores, foram encontrados os valores constantes no Quadro 6 (detalhe dos relatórios no anexo B-IV). Estes indicam uma boa consistência interna para os factores conservadorismo e abertura à mudança e razoável para o factor auto-realização. Já o factor auto-transcendência a consistência interna encontrada foi baixa. Após uma análise mais fina destes valores verificou-se que extraindo o item 3 deste último factor, o valor geral do alpha sobe consideravelmente para 0,39 e que retirando o item 2 do factor auto-realização o alpha geral sobe bastante para 0,64. No sentido de encontrar melhor consistência no instrumento, decidiu-se então retirar estes itens da análise ficando-se, então, com os valores descritos na coluna 4 do Quadro 8.

1	2	3	4	5
Factor	Itens que o compõem no modelo teórico	Alpha de Cronbach inicial	Alpha de Cronbach sem itens 2 e 3	Alpha de Cronbach sem itens 2, 3 e 19
Auto-Transcendência	3,8,19 12 e 18	0,22	0,39	0,51
Auto-Realização	2,4,13 e 17	0,59	0,64	0,64
Conservadorismo	5,7,9,14,16 e 20	0,73	0,73	0,73
Abertura à Mudança	1,6,10,11,15 e 21	0,65	0,65	0,65

**Quadro 8** – Alpha de Cronbach dos factores

Sendo o valor de consistência interna do factor auto-transcendência ainda medíocre, analisamos novamente a tabela e verificámos que retirando o item 19, o alpha subia substancialmente para 0,51. Assim procedemos à remoção deste item da análise, ficando o factor auto-transcendência apenas composto pelo item 8, 12 e 18. A coluna 5 do Quadro 8 apresenta os valores finais do alpha de cronbach para cada um dos factores.

### *Sensibilidade*

Para testar a sensibilidade do questionário de Valores, efectuou-se um teste de normalidade Kolmogorov-Smirnov para a totalidade dos 21 itens e para cada um dos factores em estudo.

De acordo com a hipótese testada por este teste de normalidade, os resultados obtidos revelaram que nenhum dos itens segue uma distribuição normal, para qualquer nível de significância usual (0,10, 0,05, 0,01). No entanto foi-se também verificar a normalidade para os factores encontrados pela análise factorial e considerando a regra de rejeição de H0 quando  $p \leq$  ao nível de significância verificou-se novamente que nenhum item apresenta uma distribuição normal para um nível de significância de 0,05 (ver Quadro 9 e anexo B-V).

Factor	Assimetria (A)	Erro padrão Assimetria (B)	(A / B)	Curtose (C)	Erro padrão Curtose (D)	(C / D)
Auto-Transcendência	-0,49	-,238	2,059	,665	,472	1,409
Auto-Realização	,047	,238	0,197	,842	,472	1,784
Conservadorismo	,312	,238	1,311	-,392	,472	-0,831
Abertura à Mudança	-,495	,238	-2,080	,333	,472	0,706

**Quadro 9** – Parâmetros de normalidade para os Factores da Escala de Valores

## **Análise das Qualidades Métricas do PsyCap**

### *Validade de Constructo – Analise Factorial*

Para este questionário realizámos uma análise factorial à totalidade dos itens que o compõe (KMO= 0,66). Teoricamente esperávamos quatro factores que medissem as quatro dimensões do PsyCap: esperança, optimismo, resiliência e auto-eficácia , já que cada uma delas é medida por uma sub-escala diferente dentro do PsyCap.

Escala de Valores	Kaiser-Meyer-Olkin - KMO ,656		
	Teste de Esfericidade de Bartlett	Qui-Quadrado	2287,668
		Graus de liberdade	780
		<i>p-value</i>	,000

**Quadro 10** - Valor KMO para PsyCap

Todavia, os resultados da análise factorial, através do método de componentes principais e rotação *varimax* encontraram 10 factores, com *eigenvalues* superiores a 1 e explicativo de 69,49% de variância. A estrutura factorial encontrada é, no nosso entender, altamente complexa e sem um agrupamento dos itens coerente com a teoria (ver anexo C-I). Neste sentido, forçou-se a análise factorial a 4 factores no sentido de procurar um melhor ajustamento dos dados à estrutura esperada (KMO=0,66). Desta análise, os 4 factores permitem explicar 44,17% da variância total explicada pelos itens, tendo a estrutura factorial revelado novamente imprecisão teórica (ver anexo C-II).

Tendo os resultados das duas análises factoriais revelado uma estrutura bastante diferente à teorizada e esperando-se à partida (mesmo pela partição do questionário em secções diferentes) a emergência de 4 factores, optamos por analisar separadamente cada uma das dimensões do questionário PsyCap. O facto de não ter sido encontrada uma estrutura empírica que reproduza a estrutura teórica, poderá dever-se a factores contextuais ou sociais ou também ao facto do tamanho da nossa amostra ser relativamente pequeno, já que, apesar de não existir consenso quanto à dimensão ideal de uma amostra, esta dever ser superior a 100 indivíduos (Bryman e Cramer, 2003), sendo a nossa constituída por 103. Uma vez que a estrutura proposta no PsyCap é teoricamente muito mais sólida, optámos por manter a estrutura original da escala na nossa análise.

Deste modo, à semelhança dos procedimentos anteriores, efectuou-se a análise factorial, através do método de componentes principais e rotação *varimax*, da dimensão esperança na primeira secção do questionário (do item 1 ao 6); da dimensão optimismo da segunda secção (do item 1 ao 10. Ressalva-se que esperamos que apenas os itens 1, 4 e 10 compoñam optimismo, já que os restantes itens são distractores ou são itens que pretendem medir o pessimismo, sem interesse, portanto, na nossa análise); da dimensão resiliência constituída dos itens 1 ao 14 da terceira secção; e da dimensão auto-eficácia composta pelos itens 1 ao 10 da ultima secção (anexo C-III). Esta análise individual para cada dimensão foi feita no sentido de perceber se a estrutura factorial da nossa amostra se ajusta à estrutura esperada (ver Quadro 11).

Estrutura de agrupamento de itens proposta por Schwartz				
Factor	Itens que o compõem	KMO	% que explica a variância	$\alpha$ Alpha de Cronbach
Esperança	1 a 6 da 1ª secção	0,61	59,5%	0,61
Optimismo	1, 4 e 10 da 2ª secção	0,53	65,99%	0,59
Resiliência	1 a 14 da 3ª secção	0,62	61,1%	0,51
Auto-Eficácia	1 a 10 da 4ª secção	0,65	60,1%	0,69

**Quadro 11** – Quadro resumo da estrutura proposta do PsyCap

De seguida, apresentam-se 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.

- Factor Esperança (composto pelos itens 1 ao 6 da primeira secção). Dois factores, com *eigenvalues* superiores a 1 e explicativos de 59,5% de variância total devida aos itens, foram encontrados (KMO=0,61). O primeiro factor composto pelos itens 2, 3 e 6 explica 35,7% da variância, ao passo que o segundo factor composto pelos itens 1, 4 e 5 representa 23,8% de variância.

- Factor Optimismo (composto pelos itens 1 ao 10 da segunda secção). Quatro factores, com *eigenvalues* superiores a 1 e explicativos de 65,99% de variância total devida aos itens, foram encontrados (KMO=0,53). O primeiro factor composto pelos itens 2, 4, 8 e 10 explica 25,9% da variância, ao passo que o segundo factor composto pelos itens 3, 5, 7 e 9 representa 17,4% de variância. O terceiro factor composto apenas pelo item 1 e 10 (item impuro), explica 12,1% de variância e, por último, o quarto factor composto pelo item 6 representa 10,7% de variância. Como anteriormente referido, nesta dimensão pretendíamos avaliar o constructo optimismo através dos itens 1, 4 e 10, sendo os restantes itens desta secção indicadores de pessimismo ou distractores). A análise factorial não permitiu no entanto encontrar o agrupamento destes três itens num factor comum. Assim sendo, forçamos a análise factorial a 1 factor com base nesses 3 itens, tendo-se encontrado 80,8% de variância explicada (KMO=0,53).

- Factor Resiliência (composto pelos itens do 1 ao 14 da terceira secção). Quatro factores com *eigenvalues* superiores a 1 e explicativos de 61,1% de variância foram encontrados (KMO=0,62). O primeiro factor composto pelos itens 2, 3, 5, 7 e 11, representa 21,2% da variância. O segundo factor, onde saturam os itens 7, 12 e 14 explica 18,5% de variância. O terceiro factor composto pelos itens 4, 6, 8 e 13, explica 13,2% de variância e, por último, o quarto factor composto pelos itens 1 e 10 representa 8,2% de variância.

- Factor Auto-Eficácia (composto pelos itens do 1 ao 10 da quarta secção). Três factores, com *eigenvalues* superiores a 1 e explicativos de 60,1% de variância total devida aos itens, foram encontrados (KMO=0,65). O primeiro factor composto pelos itens 5, 7 e 8 explica 29,4% da variância. O segundo factor onde saturam os itens 1, 2, 4 e 6 representa 17,8% de variância. Finalmente, o terceiro factor explica 12,9% da variância e é composto pelos itens 3, 9 e 10.

Na estrutura factorial esperada para este questionário, previa-se que cada secção fosse composta apenas para um único factor que medisse um constructo único. Tal só acontece para a dimensão optimismo que se compõe apenas de um factor único. Por razões teóricas, nomeadamente porque a estrutura do PsyCap proposta por Luthans tem maior reconhecimento teórico e foi validada com amostras maiores e nada refere no sentido de se eliminarem alguns dos factores das restantes escalas, decidimos optar por manter a estrutura factorial esperada, por se acreditar mais robusta.

#### *Fidelidade – Consistência Interna pelo método de Alpha de Cronbach*

A consistência interna foi testada para cada uma das 4 dimensões previstas do questionário através do modelo de Alpha de Cronbach (ver Quadro 12 e anexo C-IV).

1	2	3	4
Factor	Itens que o compõem no modelo teórico	Alpha de Cronbach inicial	Alpha de Cronbach sem itens 8 e 10 da resiliência
Esperança	1 a 6 da 1ª secção	0,61	0,61
Optimismo	1, 4 e 10 da 2ª secção	0,59	0,59
Resiliência	1 a 14 da 3ª secção	0,51	0,61
Auto-Eficácia	1 a 10 da 4ª secção	0,69	0,69

**Quadro 12** – Alpha de Cronbach dos factores

Estes valores indicam boa consistência interna para os factores auto-eficácia, onde somente retirando o item 10 o alpha subiria ligeiramente para 0,73 (anexo C-IV) e Esperança, onde somente retirando o item 5 o alpha subiria ligeiramente para 63. Já para os factores optimismo e resiliência os valores de alpha indicam uma consistência interna moderada. Uma análise mais fina destes valores permitiu verificar que para o factor optimismo nenhuma extracção de item aumentaria o valor geral de alpha (talvez porque este factor seja composto apenas por 3 itens e a análise de fiabilidade ser sensível ao número de

ítems). Já para o factor resiliência verifica-se que retirando o item 10, o alpha sobe bastante mais para 0,58 e, após essa extracção verifica-se posteriormente que retirando o item 8, o valor de alpha sobe para o valor de 0,61. Por este ser um valor relativamente melhor do que original encontrado para todos os itens, decidiu-se manter 0,61 como o alpha geral desta dimensão aumentando a consistência interna da medida (coluna 4 do Quadro 12).

### *Sensibilidade*

Para testar a sensibilidade do questionário PsyCap efectuou-se um teste de normalidade Kolmogorov-Smirnov para a totalidade dos itens que compõe cada uma das quatro dimensões em estudo. De acordo com a hipótese testada por este teste de normalidade, os resultados obtidos revelaram que nenhuma das dimensões segue uma distribuição normal (ver Quadro 13 e anexo C-V).

Factor	Assimetria (A)	Erro padrão Assimetria (B)	(A / B)	Curtose (C)	Erro padrão Curtose (D)	(C / D)
Esperança	-,555	,238	-2,332	1,463	,472	3,100
Optimismo	-,270	,238	-1,134	-,282	,472	-0,597
Resiliência	,028	,238	0,118	,662	,472	1,403
Auto-Eficácia	-1,112	,238	-4,672	5,061	,472	10,722

**Quadro 13** – Parâmetros de normalidade para os Factores do PsyCap

### **Estudo das Hipóteses da Investigação**

Para estudar a relação entre as variáveis realizámos correlações de Pearson para cada um das hipóteses, conforme Quadro 14 (matriz de correlações completa no anexo D). Note-se que, como as hipóteses esperadas eram na sua totalidade unidireccionais, isto é, pressupunha-se que as variáveis estivessem associadas num sentido específico (e.g. a esperança estar negativamente relacionada com a auto-transcendência) considerou-se mais correcto dividir o valor de p pela sua metade (i.e. *one-tailed*), ao invés de considerarmos um p *two-tailed*.

Para procurar um melhor estudo da relação entre as variáveis procedemos também à análise de regressão simples. Embora esteja estreitamente relacionada com a correlação de Pearson, a regressão “é um poderoso instrumento para resumir a natureza da associação

entre variáveis e para fazer previsões acerca dos valores prováveis da variável dependente” (Bryman & Cramer, 2003, p. 212). Neste sentido, analisamos cada uma das relações hipotetizadas separadamente através de regressões lineares simples (ver anexo E). Analisaremos, de seguida, cada uma das hipóteses utilizando estes dois procedimentos, já que existe vantagem nisso; é que, apesar de intimamente ligadas, a correlação e a regressão “servem objectivos diferentes. A correlação está associada com a força da associação entre variáveis e a regressão com a realização de previsões” (Bryman & Cramer, 2003, p. 217).

	Esperança	Optimismo	Resiliência	Auto-Eficácia
Auto-Transcendência	,054	-,119	-,057	-,136
Auto-Realização	,146	-,013	-,249	-,307
Conservadorismo		-,281		
Abertura à Mudança		-,274		

**Quadro 14** – Matriz dos coeficientes de correlação de Pearson das hipóteses em análise

**Hipótese 1:** A esperança está negativamente relacionada com a auto-transcendência

A análise de correlações de Pearson não permitiu encontrar suporte empírico para esta hipótese. A Esperança não se encontra relacionada significativamente com a auto-transcendência, sendo a sua associação de apenas 0,054 ( $p= 0,29$ ) para um nível de significância de 0,05. Não podemos, assim, confirmar a hipótese colocada.

**Hipótese 2:** A esperança está positivamente relacionada com a auto-realização

A análise de correlações de Pearson parece confirmar esta hipótese. Os resultados obtidos permitiram verificar que a Esperança está positivamente correlacionada ( $r= 0,146$ ) apesar da correlação ser marginalmente significativa ( $p= 0,07$ ) para um nível de significância de 0,05. Os resultados permitem confirmar a hipótese colocada, já que apesar de marginalmente significativa, a correlação sugere que existe relação entre a esperança e a auto-realização.

**Hipótese 3:** O optimismo está negativamente relacionado com a dimensão conservadorismo

A análise de correlações de Pearson permitiu encontrar suporte empírico para esta hipótese. De facto, o Optimismo está negativamente correlacionado ( $r= -0,281$ ), sendo esta

correlação altamente significativa ( $p = 0,002$ ) para um nível de significância de 0,05. A hipótese 3 é, assim, confirmada.

**Hipótese 4:** O optimismo está positivamente relacionado com a dimensão abertura à mudança

A análise de correlações de Pearson permitiu encontrar uma correlação significativa, mas no sentido contrário do esperado. A correlação entre optimismo e abertura à mudança é negativa ( $r = -0,274$ ) e significativa ( $p = 0,003$ ) para um nível de significância de 0,05. Apesar de existir relação, a Hipótese 4 não é confirmada pois ela dá-se no sentido inverso ao esperado.

**Hipótese 5:** O optimismo está positivamente relacionado com a dimensão auto realização

A análise de correlações de Pearson não detectou uma correlação significativa entre as duas variáveis ( $p = 0,45$ ), sendo esta associação apenas de  $-0,013$ . Os resultados não nos permitem confirmar a hipótese colocada, já que os valores não são estatisticamente significativos.

**Hipótese 6:** O optimismo está negativamente relacionado com a dimensão auto-transcendência

A análise de correlações de Pearson não permitiu encontrar suporte empírico para esta hipótese. De facto, o optimismo está negativamente correlacionado ( $r = -0,119$ ), mas no entanto esta correlação não se revelou estatisticamente significativa ( $p = 0,12$ ) para um nível de significância de 0,05. Em suma, os resultados não nos permitem confirmar a hipótese colocada.

**Hipótese 7:** A Resiliência está positivamente relacionada com a dimensão auto realização

A análise de correlações de Pearson permitiu encontrar uma correlação significativa, mas no sentido contrário do esperado. A correlação entre resiliência e auto-realização é negativa ( $r = -0,249$ ) e altamente significativa ( $p = 0,006$ ) para um nível de significância de 0,05. Assim, apesar de existir relação, a Hipótese 7 não é confirmada pois ela dá-se no sentido inverso ao esperado.

**Hipótese 8:** A resiliência está negativamente relacionada com a auto-transcendência

A análise de correlações de Pearson não detectou uma correlação significativa entre as duas variáveis ( $p = 0,28$ ), sendo esta associação apenas de  $0,057$ . Os resultados não

nos permitem confirmar a hipótese colocada, já que os valores não são estatisticamente significativos.

**Hipótese 9:** A auto-eficácia está positivamente relacionada com a dimensão auto-realização

A análise de correlações de Pearson permitiu encontrar uma correlação significativa, mas no sentido contrário do esperado. A correlação entre auto-eficácia e auto-realização é negativa ( $r = -0,307$ ) e altamente significativa ( $p = 0,001$ ) para um nível de significância de 0,05. Uma vez que a relação existente se dá no sentido inverso ao esperado, não é confirmada esta Hipótese.

**Hipótese 10:** A auto-eficácia está negativamente relacionada com a auto-transcendência

A análise de correlações de Pearson parece confirmar esta hipótese. Os dados obtidos permitiram verificar que a auto-eficácia está negativamente correlacionada com a auto-transcendência ( $r = -0,136$ ), sendo esta correlação significativa ( $p = 0,09$ ) para um nível de significância de 0,05. É, assim, confirmada a hipótese 10.

### Procedimentos Exploratórios

No sentido de explorar mais detalhadamente a relação entre as dimensões do questionário de Valores e do questionário PsyCap realizou-se um conjunto de regressões lineares múltiplas.

		Auto-Transcendência	Auto-Realização	Conservadorismo	Abertura à Mudança
Esperança	$\beta$	0,05	0,10	0,04	0,08
	p	0,61	0,15	0,51	0,37
Optimismo	$\beta$	0,09	0,16	-0,29	-0,39
	p	0,45	0,09	0,001	0,001
Resiliência	$\beta$	0,17	-0,04	0,00	-0,38
	p	0,006	0,42	0,99	0,00
Auto-Eficácia	$\beta$	-0,04	-0,14	-0,02	0,004
	p	0,55	0,008	0,69	0,96

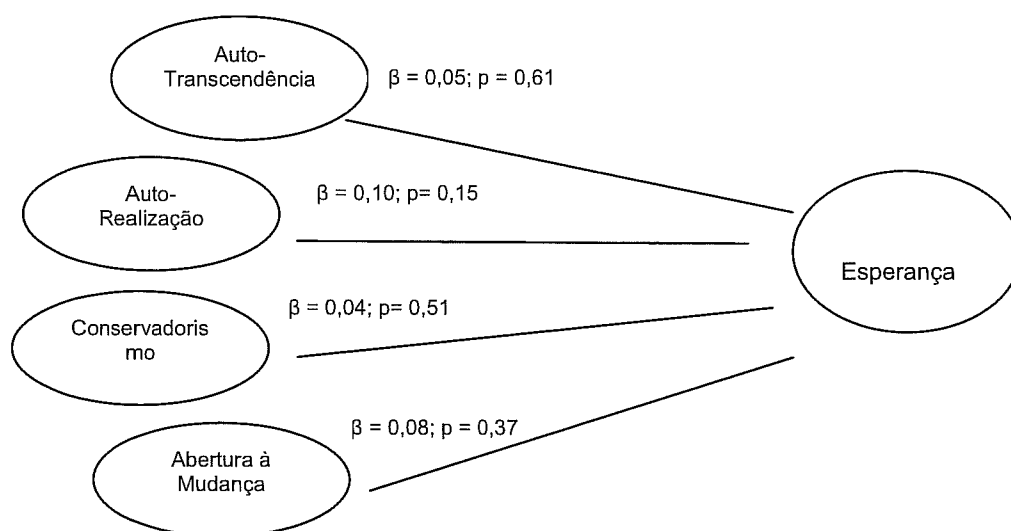
**Quadro 15** – Quadro resumo dos resultados da Regressão Múltipla

Esta análise foi feita no sentido de verificar se cada dimensão do PsyCap é influenciada pela globalidade dos Valores e testar a possível existência de um modelo global capaz de

fazer previsões acerca dos efeitos em PsyCap devido a cada um dos valores. Neste sentido, para cada regressão considerou-se, como variável dependente, cada uma das dimensões do PsyCap e como variáveis independente/preditora todas as dimensões dos Valores (ver Quadro 15).

### *Impacto dos Valores na dimensão Esperança do PsyCap*

Os resultados da análise da regressão múltipla introduzindo como variável dependente a esperança e independente a auto-transcendência, auto-realização, conservadorismo e abertura à mudança revelaram a estrutura conforme representada na Figura 7.



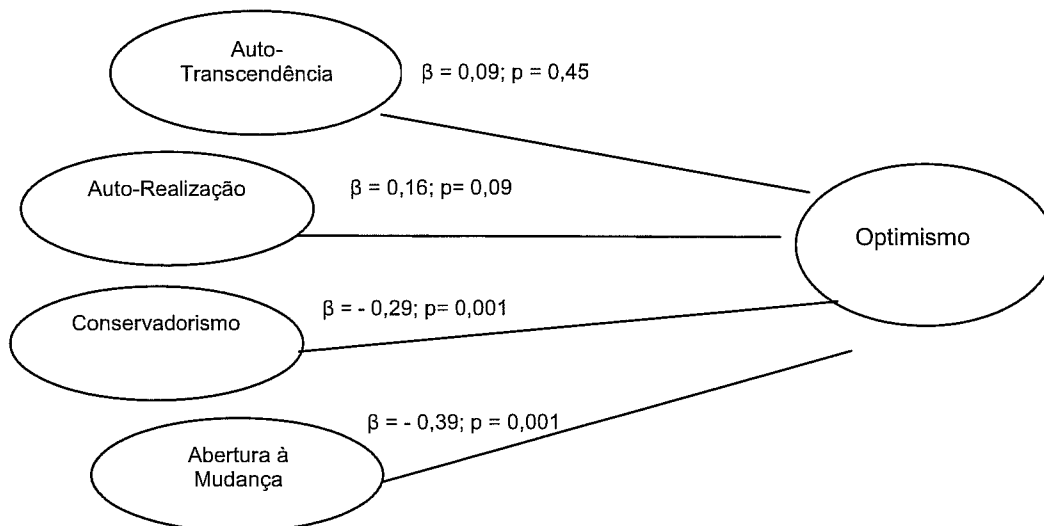
**Figura 7:** Resultados da análise de esperança como VD e Valores como VI

Os resultados obtidos pela tabela ANOVA (ver anexo E), permitiram verificar que este modelo não tem significância estatística ( $p = 0,45$ ) e apenas explica 4% da variância obtida na dimensão Esperança ( $R^2 = 0,036$ ).

Como é possível verificar no esquema acima nenhuma das relações entre os valores e a dimensão esperança atingiram significância estatística considerando um nível de significância de 0,05. Estes resultados poderão sugerir que nenhum dos valores considerados no presente estudo tem poder preditivo sobre a dimensão Esperança do PsyCap.

*Impacto dos Valores na dimensão Optimismo do PSYCAP*

Os resultados da análise da regressão múltipla introduzindo como variável dependente o optimismo e independente a auto-transcendência, auto-realização, conservadorismo e abertura à mudança revelaram a estrutura da Figura 8.



**Figura 8:** Resultados da análise de optimismo como VD e Valores como VI

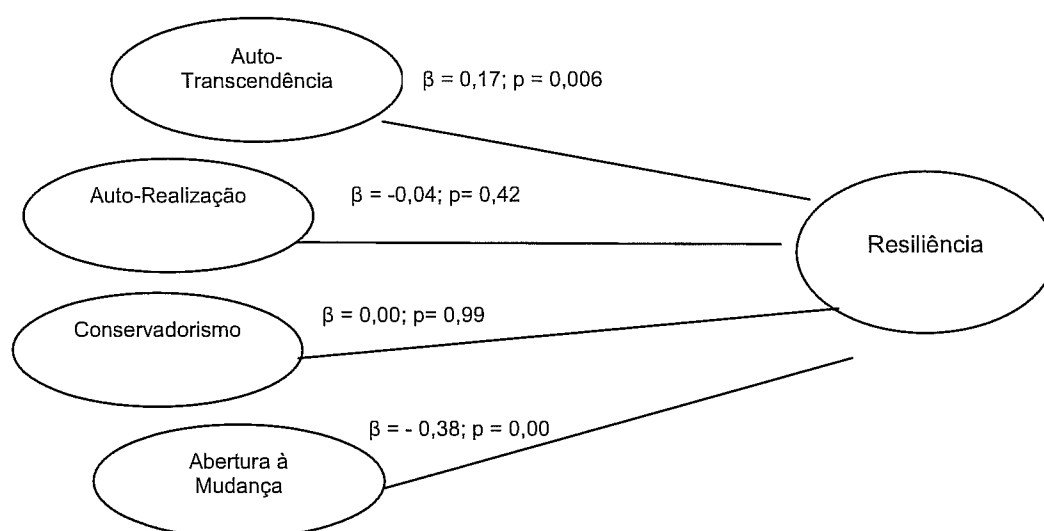
Os resultados obtidos pela tabela ANOVA (ver anexo E), permitiram verificar que este modelo é altamente significativo ( $p = 0,000$ ) e explica 18% da variância obtida na dimensão Optimismo ( $R^2 = 0,18$ ). Como é possível verificar no esquema acima, todas as variáveis, com excepção da variável auto-transcendência têm um impacto significativo no Optimismo. O conservadorismo e a auto-realização encontram-se negativamente associados com o optimismo considerando um nível de significância de 0,5, ao passo que, a auto-realização, significativa para um nível de significância de 0,1 se encontra positivamente relacionada.

No sentido de perceber como poderíamos prever a relação entre estas variáveis construíram-se as rectas de regressão para cada relação. Para a variável auto-realização, a equação  $\text{optimismo} = 5,845 + 0,156 \text{ auto-realização}$  permite concluir que por cada incremento na variável auto-realização, optimismo, aumenta em 0,16. Para a variável conservadorismo, a equação  $\text{optimismo} = 5,845 - 0,287 \text{ conservadorismo}$  permite concluir que por cada incremento na variável conservadorismo, optimismo, diminui em cerca de 0,29. Finalmente, para a variável abertura à mudança, a equação  $\text{optimismo} = 5,845 - 0,397 \text{ abertura à mudança}$  permite concluir que por cada incremento na variável abertura à mudança, optimismo, diminui em cerca de 0,39.

A análise exploratória desta estrutura poderá sugerir que a auto-realização, o conservadorismo e a abertura à mudança são bons preditores da dimensão optimismo do PsyCap.

### *Impacto dos Valores na dimensão Resiliência do PSYCAP*

Os resultados da análise da regressão múltipla introduzindo como variável dependente a resiliência e independente a auto-transcendencia, auto-realização, conservadorismo e abertura à mudança revelaram a estrutura representada na Figura 9.

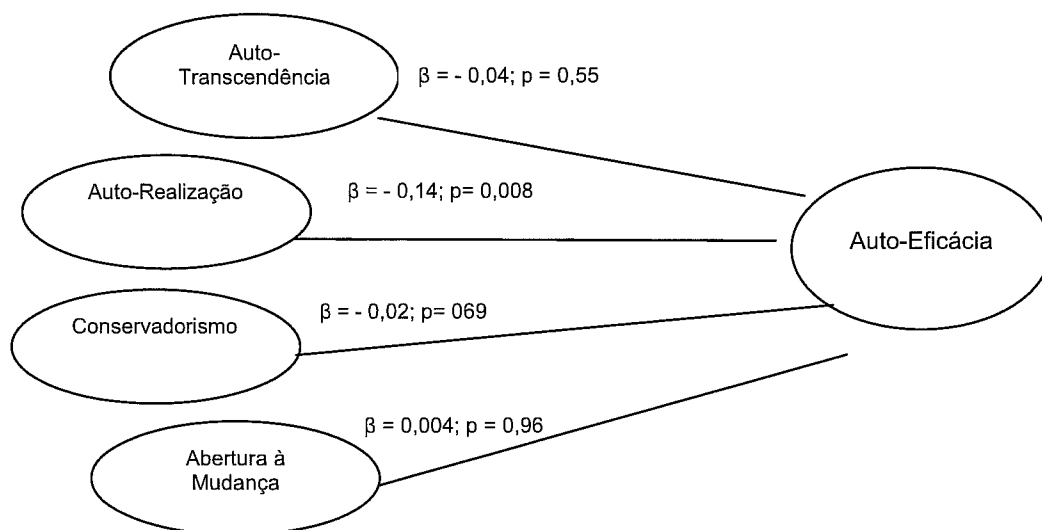


**Figura 9:** Resultados da análise de resiliência como VD e Valores como VI

Os resultados obtidos pela tabela ANOVA (ver anexo E) permitiram verificar que este modelo é altamente significativo ( $p = 0,000$ ) e explica cerca de 34% da variância obtida na dimensão resiliência ( $R^2 = 0,334$ ). Como é possível verificar no esquema acima, as variáveis auto-transcendência e abertura à mudança surgem significativamente associadas à resiliência, considerando um nível de significância de 0,05. Para entendermos a natureza preditiva da variável auto-transcendência, a recta de regressão sugere para a equação resiliência =  $5,083 + 0,167$  auto-transcendência, que por cada incremento na variável auto-transcendência, resiliência aumenta em cerca de 0,17. Já para a variável abertura à mudança, a equação resiliência =  $5,083 - 0,379$  abertura à mudança permite concluir que por cada incremento na variável abertura à mudança, resiliência diminui em cerca de 0,38. Assim sendo, esta análise exploratória parece sugerir que a auto-transcendência e a abertura à mudança poderão ser bons preditores da dimensão resiliência do PsyCap.

*Impacto dos Valores na dimensão Auto-Eficácia do PSYCAP.*

Os resultados da análise da regressão múltipla introduzindo como variável dependente a auto-eficácia e independente a auto-transcendencia, auto-realização, conservadorismo e abertura à mudança revelaram uma estrutura conforme a Figura 10.



**Figura 10:** Resultados da análise de auto-eficácia como VD e Valores como VI

Os resultados obtidos pela tabela ANOVA (ver anexo E), permitiram verificar que o modelo é significativo ( $p = 0,03$ ) explicando cerca de 10% da variância obtida na dimensão auto-eficácia ( $R^2 = 0,334$ ). Como é possível verificar no esquema acima, apenas a variável auto-realização surge estatisticamente associada à auto-eficácia, para um nível de significância de 0,05.

Para entendermos a natureza preditiva desta variável na auto-eficácia, a recta de regressão sugere, para a equação auto-eficácia =  $4,863 - 0,144$  auto-realização, que por cada incremento na variável auto-realização, auto-eficácia diminui em cerca de 0,14.

A análise deste modelo poderá sugerir que apenas a auto-realização tem algum poder preditivo e que as restantes dimensões dos valores não parecem ter impacto na auto-eficácia.

Será interessante em futuros estudos avaliar também as restantes dimensões de valores e efectuar as análises tendo em conta os resultados obtidos nestes estudos exploratórios.

Apesar de não termos encontrado na literatura referências nesse sentido, fomos ainda explorar se as dimensões do PSYCAP dependiam da situação profissional e do género dos participantes da amostra. Para testar esta relação utilizámos uma ANOVA ONE-WAY considerando estado profissional e género em análises separadas. Relativamente à primeira variável, não se encontraram diferenças significativas (ver Anexo F) para nenhum das dimensões do PSYCAP (para um nível de significância de 0,05), significando isso que o tipo de estado profissional parece não afectar as variáveis do PSYCAP. Já para o factor género os resultados sugerem diferenças entre sexos ao nível da esperança ( $p = 0,06$ ), resiliência ( $p=0,02$ ) e auto-eficácia ( $p=0,06$ ) (ver Quadro 16 e Anexo F). Em todas estas dimensões, podemos observar que há uma tendência para os homens reportarem maiores níveis de esperança, resiliência e auto-eficácia.

Os quadros 16 e 17 apresentam na variável “Estado Profissional” apenas o “Empregado por conta de Outrem” e “Outro” pois são os mais representativos da amostra (nas restantes opções temos apenas um individuo). Como “outro” entenda-se estudante universitário.

		Esperança	Optimismo	Resiliência	Auto Eficácia
Feminino	Media	4,16	4,37	4,25	4,18
	Desvio Padrão	0,53	0,80	0,38	0,46
Masculino	Media	4,35	4,59	4,43	4,33
	Desvio Padrão	0,46	0,60	0,42	0,31
Empreg conta outrem	Media	4,32	4,51	4,34	4,32
	Desvio Padrão	0,52	0,88	0,39	0,35
Outro (estudante)	Media	4,15	4,47	4,33	4,16
	Desvio Padrão	0,47	0,72	0,46	0,47

**Quadro 16** – Quadro resumo dos resultados das variáveis biográficas e PsyCap

Repetimos esta mesma análise para as dimensões dos valores mas não encontrámos qualquer diferença em termos género nem estado profissional (ver Quadro 17 e Anexo F).

		Auto Transcendência	Auto Realização	Conservadorismo	Abertura à mudança
Feminino	Media	2,64	3,08	3,47	2,87
	Desvio Padrão	0,70	0,93	0,81	0,66
Masculino	Media	2,63	3,15	3,25	2,73
	Desvio Padrão	0,63	0,63	0,81	0,71
Empreg conta outrem	Media	2,65	3,10	3,40	2,85
	Desvio Padrão	0,70	0,78	0,89	0,69
Outro (estudante)	Media	2,62	3,16	3,28	2,77
	Desvio Padrão	0,62	0,84	0,72	0,66

**Quadro 17** – Quadro resumo dos resultados das variáveis biográficas e Valores

O género surge, assim, como uma variável interessante a ter em atenção em futuros estudos em que seja utilizado o PsyCap.

## DISCUSSÃO

Neste capítulo pretende-se reflectir sobre os resultados anteriormente apresentados e analisá-los, comparando-os com a teoria existente sobre o tema e tendo em conta os objectivos da investigação.

Para proceder à mensuração dos valores, foram utilizados o PsyCap e a Escala de valores de Schwartz. Não foi objecto deste estudo validar as respostas obtidas face aos resultados teoricamente expectáveis de serem medidos pelos instrumentos, pelo que assumimos que estes mediram o que era suposto ser medido. Assim, 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, apesar da estatística nos indicar que podemos utilizar apenas os valores “mais puros” na análise a efectuar, 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. Ao retirarmos um desses itens estaríamos a aceitar uma resposta que poderia não expressar a motivação desejada para aquele valor. No entanto, vimo-nos metodologicamente obrigados a abrir uma excepção no caso dos itens 2, 3 e 19 da Escala de Valores visto que estes implicariam trabalharmos com uma escala de baixa confiança. Assim, considerámos apenas os itens que contribuem para uma fidelidade alta. No mesmo sentido, na análise do PsyCap, retirámos os itens 8 e 10 da Escala de Resiliência pois tal atitude permitiu-nos aumentar significativamente o Alpha de Cronbach de 0,51 para 0,61, garantindo assim uma maior fidelidade ao instrumento.

Analisemos então o objectivo deste estudo: perceber se existe uma relação entre o PsyCap e os Valores.

Os resultados atrás expostos permitem-nos confirmar a existência de tal relação. No entanto, quando analisada hipótese a hipótese, verifica-se que nem todas as relações comprovam o esperado pela análise de literatura.

Visitemos as hipóteses de estudo mais detalhadamente.

As duas primeiras hipóteses colocadas propunham analisar a característica esperança face às dimensões de valores auto-transcendência e auto-realização, sendo que se esperava uma relação negativa com a primeira e positiva com a segunda. A primeira hipótese não foi empiricamente suportada e a segunda foi suportada por uma correlação marginalmente positiva, ie, não a podemos rejeitar categoricamente pois tudo sugere que exista a relação esperada. Os resultados da regressão múltipla vão no mesmo sentido, já que o modelo fornecido pela análise indica que a apenas 4% da variância obtida da dimensão esperança do PyCap é explicada pelos valores. Ou seja, não se encontra evidência de que os valores influenciem, decisivamente, esta capacidade psicológica.

Assume-se então que um indivíduo com índices da característica positiva Esperança mais elevados terá, eventualmente, mais valores pertencentes à dimensão auto realização, onde se incluem valores como o poder e a realização, mas não podemos assumir que este indivíduo terá menos valores pertencentes à dimensão auto-transcendência, onde se incluem os valores universalismo e benevolência. Este resultado era parcialmente expectável uma vez que a teoria (Syder e colaboradores, 1996) indica que ter esperança é o indivíduo acreditar que consegue definir objectivos, descobrir como os atingir e motivar-se a si próprio para ser bem sucedido, logo, será um indivíduo que se preocuparia com o seu bem-estar e que procuraria o sucesso individual, características da dimensão auto-realização (Schwartz, 2003). Surpreende-nos o facto deste indivíduo não ter menos preocupação com o bem-estar geral e com os outros, características da dimensão auto-transcendência (Schwartz, 2003). Assim, não foi bem sucedido o objectivo pretendido com a formulação da hipótese 1 mas confirmou-se a hipótese 2.

Nos objectivos de estudo expressos nas hipóteses 3, 4, 5 e 6, propunha-se encontrar uma relação negativa entre optimismo e as dimensões conservadorismo e auto-transcendência e uma relação positiva entre optimismo e as dimensões abertura à mudança e auto-realização. Confirmou-se a hipótese 3, existindo uma relação altamente significativa no sentido esperado. No caso da hipótese 4 confirma-se a relação mas no sentido oposto ao esperado, ie, existe uma correlação positiva. Assim, o optimismo relaciona-se negativamente com as dimensões conservadorismo e abertura à mudança. As hipóteses 5 e 6 não se confirmaram pois as relações encontradas não são estatisticamente significativas.

Os resultados obtidos com estas hipóteses foram apenas parcialmente ao encontro do expectável pelo descrito na literatura. Isto porque, apesar do indivíduo optimista ser, à partida, facilmente motivável e apresentar maiores níveis de ambição, definir objectivos concretos e ser perseverante face a obstáculos (Luthans, 2002a), essa característica não terá relação com o facto de ele acreditar em valores como a autonomia e a realização, que

visam o bem-estar próprio e o sucesso individual. Prova disso é a inexistência de relação com a dimensão auto-realização (hipótese 5).

Ainda devido a estas características de ambição e perseverança do optimista, esperámos encontrar uma relação positiva com a dimensão abertura à mudança (hipótese 4), mas esse objectivo não se verificou já que a relação encontrada foi no sentido contrário, existe, mas é negativa. Este resultado foi inesperado pois supúnhamos que o optimista tendesse a procurar novas experiências e acreditasse em valores como a autonomia e a estimulação, mas poderá tratar-se aqui de um limite não decifrado numa primeira instância, entre o ultrapassar dos obstáculos com que se depara e o procurar, criar, explorar outras alternativas.

Por se confirmar a hipótese 3, aceitamos que pelo facto de ele tender a ultrapassar obstáculos e dificuldades e não atribuir os seus fracassos a si próprio interpretando-os com base em factores externos e temporários (Lopes e Cunha, 2005; Scheier e Carver, 1985; Seligman, 1998, cit. por Luthans, 2002a), ele poderá desvalorizar o respeito pelos outros e pelos costumes impostos, violar algumas expectativas sociais ou colocar em risco a segurança e estabilidade social, valores integrantes da dimensão conservadorismo e que está negativamente relacionada com o optimismo.

No mesmo racional da hipótese anterior, foi definida a hipótese 6, que não se veio a comprovar verdadeira. Supusemos que a sua tendência de atribuir a factores externos os seus insucessos, levaria o optimista a relevar para segundo plano o bem-estar geral, dos outros, pelo que se encontraria uma relação negativa com valores como universalismo e benevolência, mas tal não se verificou.

No entanto, os resultados fornecidos pela regressão múltipla realçam a existência desta relação, fornecendo-nos um modelo altamente significativo em que 18% da variância obtida na dimensão optimismo é explicada pelos valores. Apenas a dimensão de valores auto-transcendência apresenta uma influência pouco significativa. As rectas de regressão permitem-nos ainda concluir que as restantes dimensões de valores são bons predictores da dimensão optimismo do PsyCap, sendo a abertura à mudança a que permite maior valor de predição: por cada incremento nesta dimensão de valores, o optimismo diminui em 0,39.

Aceitamos, assim, que o optimismo apresenta, de facto, uma relação significativa com três das quatro dimensões de valores.

As hipóteses 7 e 8 traduziam o objectivo de verificar a existência de relações entre a característica resiliência e as dimensões auto-realização e auto-transcendência, esperando-se uma relação positiva com a primeira e negativa com a segunda. No entanto, os resultados não confirmaram exactamente o previsto.

Sendo a definição de resiliência bastante similar à componente *pathways* 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 aquelas dimensões de valores. De facto, tal como na esperança, também a resiliência não apresenta relação estatisticamente significativa com a dimensão auto-transcendência. Mas, no que respeita à auto-realização, enquanto a esperança revelou a existência de uma relação positiva, a resiliência revela a relação mas no sentido contrário ao esperado, existe uma correlação negativa. Ou seja, quanto mais resiliente, menos valores da dimensão auto-realização ele terá; o indivíduo resiliente luta contra as adversidades e riscos mas não se identificará com valores de poder e realização, os objectivos da sua luta não terão como objectivo principal o sucesso individual.

Os resultados obtidos no estudo das regressões múltiplas, vem dar relevo à relação aparentemente pouco significativa entre a resiliência e a auto-transcendência, apesar de ser no sentido inverso ao previsto na hipótese 7, já que encontrámos uma relação positiva: por cada incremento na dimensão auto-transcendência, a recta de regressão prevê que a resiliência aumente cerca de 0,17. Este estudo confirma também a falta de significância na relação entre a resiliência e auto-transcendência. Apesar de não ter sido alvo de estudo nas nossas hipóteses, será de salientar que o estudo exploratório encontra relação também entre a abertura à mudança e a resiliência: por cada incremento na primeira, a segunda tende a diminuir em cerca de 0,38.

Em suma, a análise efectuada sugere que a auto-transcendência e a abertura à mudança poderão ser bons preditores da dimensão resiliência do PsyCap.

Outro objectivo de estudo consumou-se nas hipóteses 9 e 10, onde se previa na primeira uma relação positiva entre a auto-eficácia e a dimensão auto-realização e na segunda uma relação negativa entre a auto-eficácia e a dimensão auto-transcendência.

Analisados os resultados, a hipótese 9 revelou a existência de uma relação contrária ao descrito: existe uma relação negativa entre auto-eficácia e auto-realização. A própria definição de auto-eficácia proposta por Stajkovic e Luthans (1988, cit por Palma, Cunha e Lopes, 2007): “confiança do individuo sobre a sua capacidade para mobilizar a motivação, os recursos cognitivos e as acções necessárias para executar com sucesso uma tarefa especifica num dado contexto” - indica claramente um direccionamento do individuo para o alcance de objectivos individuais patentes na dimensão auto-realização, pelo que o resultado obtido na análise foi contra o esperado. Poder-se-á tratar de uma questão de interpretação no limite da ideia de sucesso individual: o indivíduo com elevada auto-eficácia quer concluir com sucesso a tarefa mas apenas para poder dar como finalizado o objectivo e

não pelo seu sucesso individual. Ou poder-se-á tratar de outras eventuais variáveis que tenham influenciado estes resultados. Questões de instrumentação também não são de excluir como possibilidade para os resultados encontrados. O estudo exploratório valida o resultado obtido: indica-nos que 10% da variância obtida na dimensão auto-eficácia são explicados pelos valores, mas apenas pela dimensão auto-realização: por cada incremento de auto-realização, a auto-eficácia diminui em cerca de 0,14.

No caso da hipótese 10 esta é confirmada já que a correlação de Pearson permite-nos encontrar uma relação negativa entre auto-eficácia e auto-transcendência (-0,136). No entanto, a regressão múltipla não valida este resultado pois não encontra qualquer relação estatística com a auto-transcendência.

Podemos assumir então que apenas a auto-realização apresenta valor preditivo na auto-eficácia.

Em síntese, analisadas as dez hipóteses formuladas com base nos pressupostos teóricos encontrados na literatura, verificamos que:

a) não foram empiricamente comprovadas cinco das hipóteses colocadas por não apresentarem significância estatística; logo aceitar os seus valores constituiria um risco pois estaríamos a confiar numa relação entre variáveis cujo valor poderia dever-se apenas ao acaso (Bryman e Cramer, 2003);

b) em cinco hipóteses confirmou-se a existência de uma relação mas, destas, apenas em duas se confirmou a direcção esperada, nas restantes três observou-se relação inversa ao esperado.

c) foi identificada apenas uma correlação positiva mas, ainda assim, marginalmente significativa;

d) as quatro hipóteses com resultados estatisticamente significativos entre PsyCap e Valores identificam as quatro capacidades psicológicas e três dimensões de valores correlacionadas negativamente:

- esperança vs. auto-realização
- resiliência vs. auto-realização
- auto-eficácia vs. auto-realização
- optimismo vs. conservadorismo
- optimismo vs. abertura à mudança

e) analisando o estudo correlacional em conjunto com o estudo exploratório, podemos indicar como preditores de dimensões do PsyCap todas as dimensões de valores:

- auto-realização
- conservadorismo
- abertura à mudança

- auto-transcendência

De uma perspectiva estrutural, olhando para os resultados que confirmam a existência de uma relação e analisando-os à luz da bidimensionalidade sugerida por Schwartz, não conseguimos tirar conclusões totalmente positivas.

Nenhuma das dualidades de relações estudadas apresenta resultados consonantes como modelo bidimensional de Schwartz: A esperança revela correlação positiva com a auto-realização mas não revela correlação significativa com a auto-transcendência.

Outra dualidade estudada foi o optimismo face às dimensões conservadorismo e abertura à mudança e em ambas as situações a relação revelou-se negativa, ie, não confirma o conflito entre ambas.

O optimismo foi também analisado face às dimensões auto-transcendência e auto-realização; em nenhuma delas se confirma existência de relação, o que não nos permitiu validar a existência, ou não, de conflito entre ambas.

Uma terceira dualidade analisada foi a característica auto-eficácia face às dimensões auto-realização e auto-transcendência; na primeira a relação revelou-se negativa mas na segunda apenas podemos referir que será tendencialmente negativa já que a correlação indica a existência de uma relação negativa mas a regressão não a considera estatisticamente significativa. Assim, ainda que confiássemos no resultado da correlação, não conseguiríamos confirmar o conflito entre as dimensões de valor em causa.

Na dualidade característica resiliência face às dimensões auto-transcendência e auto-realização, na primeira não se confirma existência de relação estatisticamente significativa e na segunda a relação revelou-se negativa, ie, não confirma o conflito entre ambas.

Assim, nesta perspectiva, não foram obtidos dados que permitam afirmar que a relação entre PsyCap e Valores respeite a dinâmica dual entre as dimensões propostas por Schwartz. A única conclusão que podemos retirar a este nível é a da existência três das quatro capacidades psicológicas positivas que se relacionam negativamente com três das quatro dimensões propostas por Schwartz e uma capacidade psicológica que se relaciona positivamente com a uma dimensão de valores, nos dados aqui analisados, mas não numa perspectiva bidimensional.

## CONCLUSÃO

Face aos resultados obtidos e que já tivemos oportunidade de discutir, confirma-se a existência de uma relação entre o PsyCap e os Valores. Ou seja, as capacidades psicológicas positivas do indivíduo são influenciadas e influenciam a variável Cultura.

As capacidades psicológicas positivas são aplicáveis quer aos gestores quer aos colaboradores em geral e têm como principais atributos o facto de poderem ser geridas, desenvolvidas e objectivamente mensuráveis já que se tratam de estados e não de traços. A literatura afirma ainda que o seu impacto positivo no desempenho é verificável em indicadores organizacionais objectivos como volume de vendas, lucros gerados, produtividade ou intenção de saída dos colaboradores.

Ajudar os indivíduos, as equipas e as organizações a desenvolver o capital psicológico positivo, de forma a aumentar o bem-estar individual, a realização pessoal e a obtenção de um nível de desempenho superior deverá ser uma prioridade dos gestores actuais. Como é enfatizado por Cunha (2008), os gestores e as organizações deverão assumir o papel de agentes da positividade e os indivíduos deverão identificar as suas forças, desenvolvê-las e procurar contextos onde as possam fomentar e fazer uso das mesmas. É que o capital psicológico positivo permite a utilização eficiente do capital financeiro, social e humano.

Por outro lado, é condição de sucesso de uma organização a existência de uma cultura organizacional sólida, onde existem valores partilhados pelos seus colaboradores. Estes valores começam a transmitir-se a partir do momento em que o colaborador entra na organização, através do fulcral processo de socialização. Schein (1990), afirma, aliás, que a empresa na altura de recrutar e seleccionar os colaboradores deve escolher aqueles que possuem já requisitos adequados aos pressupostos fundamentais da cultura, para que, quando entram na empresa, sejam submetidos a um trabalho de treino e aculturação desses requisitos. Luthans (2002a), introduz aqui um novo elemento, ao acrescentar que esse processo deve ponderar também as características positivas do indivíduo, já que estas irão influenciar a sua socialização na medida em que estão relacionadas com os valores que eles interiorizam. E se Feldman (1983) afirma que os novos elementos podem socializar os socializadores, então as vantagens de admitir o indivíduo com PsyCap elevado não se resume a esperar um melhor desempenho destes mas também do próprio grupo onde ele se irá inserir pois ele também influenciará os restantes em termos das suas capacidades psicológicas positivas.

Existindo uma relação entre estas capacidades e os valores partilhados pelos indivíduos, como se comprova neste estudo, maior proporção toma a necessidade de trabalhar no desenvolvimento do PsyCap já que este pode influir nos valores, logo na socialização e na adaptação à cultura organizacional vigente. Por seu lado, gerir o processo de socialização e a própria cultura organizacional de forma a serem promovidos a missão e valores desejáveis para assim evidenciarmos as capacidades psicológicas positivas do indivíduo será outra forma de apostar no desenvolvimento do PsyCap tendo por objectivo último o aumento do desempenho.

Assim, a atenção a dedicar ao PsyCap deverá iniciar-se logo no processo de recrutamento e selecção, no esforço de captação dos recursos com capacidades psicológicas positivas e deverá continuar após a sua admissão em termos do desenvolvimento dessas mesmas capacidades. Com os resultados encontrados, podemos agora afirmar que se deverá também promover o desenvolvimento das capacidades psicológicas do colaborador para que este aceite e defenda os valores desejados. De reforçar que este objectivo de desenvolvimento deve ser direccionado quer para os colaboradores quer para os gestores através de programas específicos para cada um destes segmentos. Como reflectido na literatura, existe consistência no que respeita à definição de critérios de êxito ao nível do aumento do desempenho organizacional, pelo que esta relação constitui uma mais valia a não desprezar.

Neste trabalho, optou-se por analisar se existiria uma relação entre o Capital Psicológico e a variável “Macro” (social). Consideramos que desafio igualmente interessante seria analisar se existe também uma relação entre Capital Psicológico a variável “Micro” (individual) e, caso existisse essa relação, posteriormente poder-se constatar qual das variáveis teria relação mais forte com o Capital Psicológico.

No que diz respeito às limitações, existem alguns pontos a mencionar. Uma vez que o estudo foi direccionado para o contexto organizacional, já que estudávamos as características positivas susceptíveis serem desenvolvidas no sentido de se aumentar o desempenho profissional, o facto dos questionários terem sido aplicados apenas a estudantes universitários poderá ter sido algo limitativo na diversidade de respostas. Seria interessante, em estudos futuros, fazer-se a distinção dos respondentes entre pessoas com e sem experiência profissional anterior e analisar as diferenças entre os grupos. Outra alternativa seria aplicar os questionários em duas organizações diferentes pois sendo a Cultura uma metáfora organizacional reconhecida, acreditamos que se poderiam obter resultados mais focados e direccionados ao contexto organizacional.

Outro ponto a referir em termos de limitação no estudo, é o facto de ser ter optado por analisar apenas algumas das relações possíveis entre todas as dimensões pois possivelmente ter-se-iam encontrado resultados surpreendentes, pela positiva.

Creemos que o presente estudo foi, em termos gerais, um trabalho algo ambicioso na medida em que se debruça sobre conceitos actuais como é o caso do PsyCap e os relaciona com conceitos "clássicos", se assim lhe poderemos chamar, do comportamento organizacional como é o caso da Cultura e da Socialização. Ousamos crer que este trabalho possa despoletar o interesse de futuros investigadores no sentido de se aprofundar este tema e contribuir para a actualização de alguns destes conceitos fundamentais.

## REFERÊNCIAS

- Ashforth, B. e Mael, F. (1989). Social Identity Theory and the Organization. *Academy of Management Review*, 14 (1), pp. 20-39.
- Avey, J., Patera, J., West, B.(2006). The implications of positive psychological capital on employee absenteeism. *Journal of leadership and organizational studies*, 13, Nº 2,pp. 42-60.
- Bank, J. (1992). *Gestão da Qualidade Total*. Lisboa: Cetop.
- Bilhim, J. (1995). *Gestão de Ciência e Tecnologia: Uma Abordagem Sociológica*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.
- Bilsky, W e Schwartz, S. (1994) Values and personality. *European Journal of personality*, 8, pp. 163-181.
- Block, J. e Kremen, A. (1996). IQ and ego-resiliency: Conceptual and empirical connections and separateness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, pp. 349-361.
- Bryman, A. e Cramer, D. (2003). *Análise de Dados em Ciências Sociais: Introdução às Técnicas utilizando o SPSS para Windows*. Oeiras: Celta Editora.
- Caetano, A. (1997). *Avaliação de Desempenho - Metáforas, Conceitos e Práticas*. RH Editora: Lisboa.
- D'Oliveira, T. (2002). *Teses e dissertações. Recomendações para a elaboração e estruturação de trabalhos científicos*. Lisboa: Editora RH.
- England, G. W. (1967). Personal value systems of American managers. *Academy of Management Journal*, 10 (1), pp. 53-68.
- Etzioni, A. (1974). *Análise Comparativa de Organizações Complexas*. Rio de Janeiro: Zahar Editores.
- Feldman, D. (1983). A Socialization Process That Helps New Recruits Succeed. In Hackman, J. R.; Lawler, E. e Porter, L. *Perspectives on Behavior In Organizations* pp.170-178. USA: MacGraw Hill, Inc.
- Ferreira, J.; Neves, J.; Abreu, P. e Caetano, A. (1996). *Psicossociologia das Organizações*. Lisboa: MacGraw Hill de Portugal, Lda.
- Gomes, A. (1990). *Cultura Organizacional – A Organização Comunicante e a Gestão da sua Identidade*. Dissertação de Doutoramento em Psicologia do Trabalho, não publicada. Coimbra: Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade de Coimbra.
- Gomes, A. (1994). *Cultura: Uma Metáfora Paradigmática no Contexto Organizacional*. *Psicologia*, IX (3) pp. 279-294.

- Halman, L. e de Moor, R. (1994). Value shift in Western societies. In Ester, P., Halman, L. e de Moor, R., *The individualizing society: Value change in Europe and North America*. pp. 21-36. Tilburg University Press.
- Hofstede, G. (1984). *Culture's consequences, international differences in work*. London: SAGE Publications.
- Lopes, M.P. e Cunha M. P. (2007). Strengthening the roots of POB: An introduction to the special issue. *Comportamento Organizacional e Gestão*, 13, Nº 1, pp. 3-6.
- Luthans, F. (1989). *Organizational Behavior*. 5th ed. Singapore: McGraw-Hill International Editions.
- Luthans, F. (2002a). Positive organizational behavior: Developing and maintaining psychological strengths. *Academy of Management Executive*, 16, pp. 57-72.
- Luthans, F. (2002b). *The need for and meaning of positive organizational behavior*, 23, pp.695-706.
- Luthans, F. (2007). Hope, Optimism, and Other Business Assets: Why "psychological capital" is so valuable to your company. *Comportamento Organizacional e Gestão*, 13, n.º 1, pp. 137-142.
- Luthans, F. e Youssef, C. (2004), Human, social, and now positive psychological capital management: Investing in people for competitive advantage. *Organizational Dynamics*, 33 (2), pp. 143-160.
- Luthans, F., Youssef, C. e Avolio, B. (2007). *Psychological Capital: Developing the Human Competitive Edge*. New York: Oxford University Press.
- Maroco, J. (2003). *Análise estatística com utilização do SPSS*. 2ªEd. Edições Sílabo.
- Marques, C. (1996). *Comportamento Organizacional e Gestão: Perspectivas e Aplicações*. In Marques, C. e Cunha, M. *Comportamento Organizacional e Gestão de Empresas*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Marujo, H., Neto, L., Caetano, A. e Rivero, C. (2007). Revolução positiva: Psicologia positiva e práticas apreciativas em contextos organizacionais. *Comportamento Organizacional e Gestão*, 13, Nº 1, pp. 115-136.
- McDonald, P. e Gandz, J. (1991). Identification of Values Relevant to Business Research. *Human Resource Management*. 30, Nº 2, pp. 217-236
- Mills, A. e Murgatrod, S. (1991). *Organizational Rules: A Framework for Understanding Organizational Action*. 1st ed. Philadelphia: Open University Press.
- Morgan, G. (1986). *Images of organization*. Newbury Park, CA: Sage.
- Neves, A. e Jesuíno, J. (1994). Cultura Organizacional: Estudo Empírico com Base no Modelo dos Valores Contrastantes. *Psicologia*, IX 3, pp. 327-346.

- Palma, P. J., Cunha, M.P., Lopes, M. P. (2007). Comportamento organizacional positivo e empreendedorismo: Uma influência mutuamente vantajosa. *Comportamento Organizacional e Gestão*, 13, Nº 1, pp. 93-114
- Pestana, M. e Gageiro, J. (2003). *Análise de dados para ciências sociais: A complementaridade do SPSS*. 3ª ed. Lisboa: Edições Sílabo, LDA.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: The Free Press
- Schein, E. (1984). Coming to a New Awareness of Organizational Culture. In Salaman, G. (1992), *Human Resource Strategies*. London: Sage Publications.
- Schein, E. (1986). How Culture Forms, Develops, and Changes. In R. Kilman, M. Saxton e R. Serpa, *Gaining Control of the Corporate Culture*. pp.17-43. San Francisco: Jossey Bass.
- Schein, E. (1990). Organizational Culture. *American Psychologist*, 45 (2), pp. 109-119.
- Schwartz, S. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In *Advances in Experimental Social Psychology*. (25). Zanna, M. (Ed.) California: Academic Press.
- Schwartz, S. (2003). "A Proposal for Measuring Value Orientations Across Nations", European Social Survey, disponível em: [http://naticent02.uuhost.uk.uu.net/questionnaire/chapter\\_07.doc](http://naticent02.uuhost.uk.uu.net/questionnaire/chapter_07.doc), Chapter 7 pp. 259-319
- Schwartz, S. e Bilsky, W. (1987). Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of personality and social psychology*, 53, Nº 3, pp. 550-562
- Schwartz, S. e 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), pp. 878-891
- Schwarzer, R. e Jerusalem, M. (1993). The General Self-Efficacy Scale (GSE) English language version. ([www.healthpsych.de](http://www.healthpsych.de). Accessed 26 June 2006)
- Seligman, M., e Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: an introduction. *American Psychologist*, 55, pp. 5-14.
- Snyder, C., Sympson, S., Ybasco, F., Borders, T., Babyak, M., e Higgins, R. (1996). Development and Validation of the State Hope Scale. *Journal of Personality and Social Psychology*, (70) nº 2, pp. 321-335.
- Ulrich, D., e Lake, D. (1990). *Organizational capability*. New York: John Wiley e Sons
- Van Maanen, J. e Schein, E. (1979). Toward a Theory of Organizational Socialization. In *Research In Organizational Behavior* (I), pp. 209-264. Connecticut: JAI Press, inc.
- Wanous, J., Reichers, A. & Malik, S. (1984). Organizational Socialization and Groups Development: Toward an Integrative Perspective. *Academy of Management Review*, 9 (4), pp. 670-683.

- Wiener, Y. (1988). Forms of value systems: A focus on organizational effectiveness and cultural change and maintenance. *Academy of Management*, 23(4), pp. 534-545.
- Wright, T. A. (2003) Positive organizational behavior: an idea whose time has truly come. *Journal of organizational behavior*, 24, pp.437-442
- Wright, T. A., e Wright, V. P. (2000). How our "values" influence the manner in which organizational research is framed and interpreted. *Journal of Organizational Behavior*, 21, pp. 603-607

## ANEXOS

### **ANEXO A – *Questionário e respectiva carta que o acompanhou***

Cara(o) colega,

No âmbito do currículo do Mestrado Integrado em Psicologia do Instituto Superior de Psicologia Aplicada (ISPA), os alunos têm de realizar uma dissertação de mestrado com vista à sua conclusão. O questionário que é apresentado seguidamente procura estabelecer relações entre o capital psicológico, os valores e a preferências comportamentais das pessoas.

Neste sentido, solicitamos a sua colaboração para o preenchimento do questionário em anexo, o qual procura recolher informação sobre as suas percepções, relativamente a si próprio.

Não existem respostas certas ou erradas. Interessam as suas opiniões fornecidas de forma espontânea e sincera. As opiniões que expressar no questionário são confidenciais e serão tratadas apenas por nós.

Pela importância que este trabalho se reveste para nós, gostaríamos de expressar a nossa gratidão pela sua participação.

Ana Afonso e Neusa Vitorino  
Instituto Superior de Psicologia Aplicada  
Rua Jardim do Tabaco, 34  
1149-041 Lisboa

<b>I: Capital Psicológico</b>	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
Consigo 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 atravesse no meu caminho	1	2	3	4	5	6

<b>II: Valores</b>	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	Nada 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 chamar a atenções sobre si.	1	2	3	4	5	6
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 ele fazer coisas que lhe dão prazer	1	2	3	4	5	6

<b>III: Preferências comportamentais</b>	Neste terceiro grupo procuram-se identificar as suas preferências em termos de tomada de decisão e de comportamento. Existem três secções, que requerem modos distintos de responder.
--	---

**Secção A** – Assinale qual das opções de resposta se aproxima mais do modo como normalmente se sente ou reage (A ou B):

**1. É**

Fácil de conhecer, ou	A
Difícil de conhecer?	B

**3. Você**

Fala facilmente com quase toda a gente pelo tempo que for necessário, ou	A
Tem muita coisa a dizer só com certas pessoas ou em certas condições?	B

**5. Se estivesse a recolher donativos, na sua vizinhança, para uma organização como a Cruz Vermelha, as suas visitas seriam**

Breves e sérias, ou	A
Sociáveis e simpáticas?	B

**7. Quando um imprevisto o força a deixar de lado o plano do seu dia, você**

Sente-se incomodado por deixar de lado os seus planos, ou	A
Aceita com prazer o inesperado desvio?	B

**9. É um maior elogio ser tratado como**

Uma pessoa de verdadeiro sentimento, ou	A
Uma pessoa que é consistentemente sensata?	B

**11. Você na maioria das vezes deixa**

O seu coração dominar a mente, ou	A
A mente dominar o seu coração?	B

**13. Se tem que seguir um plano**

Atrai-lhe, ou	A
Sente-se constrangido?	B

**15. Quando fala com amigos, você**

Às vezes diz-lhes uma coisa confidencialmente, ou	A
---	---

**2. Quando quer concluir uma tarefa, depende**

De começar cedo, para depois ter tempo livre, ou	A
Ou da pressão que surge no último minuto?	B

**4. Gostaria preferencialmente de ser considerado como**

Uma pessoa prática, ou	A
Uma pessoa com engenho?	B

**6. É normalmente**

Sociável, ou	A
Um pouco calado e reservado?	B

**8. Quando lê por prazer, você**

Gosta de maneiras pouco vulgares e originais de transmitir as coisas, ou	A
Gosta que escritores digam exactamente o que querem dizer?	B

**10. Tem tendência a ter**

Amizades profundas com poucas pessoas, ou	A
Amizades vastas com muitas pessoas diferentes?	B

**12. Consegue ter uma longa conversa**

Só com pessoas que tenham os mesmos interesses que os seus, ou	A
Com quase qualquer pessoa?	B

**14. Quando começa um grande projecto que tem que ser entregue dentro de uma semana**

Você dá tempo para fazer uma lista das “coisas a fazer” e a ordem de fazê-las, ou	A
“Mete mãos à obra”?	B

**16. Se ensinasse, gostaria mais de ensinar**

Cursos baseados em factos, ou	A
-------------------------------	---

Quase nunca diz nada que não queira que seja repetido?	B
--	---

**17. É mais provável que fale em**

Elogio, ou	A
Culpa?	B

**19. Quando tem uma coisa agendada com muita antecedência que irá fazer a uma determinada altura, acha**

Bom que possa planear de modo adequado,	A
Ou um pouco desagradável sentir-se “preso”?	B

**21. Acha que é um maior defeito ser**

Antipático, ou	A
Insensato?	B

**23. Se estivesse a considerar planear um certo rumo, qual destes argumentos a seu favor seria mais atractivo para si?**

Pessoas querem muito que o faça, ou	A
Isto é a coisa mais lógica para você fazer?	B

**25. Prefere**

Arranjar encontros, festas, etc., com antecedência, ou	A
Estar disposto a fazer o que parece divertido quando a oportunidade surge?	B

**27. Você**

Pensa que toda a gente de quem gosta sabe que gosta delas, ou	A
Admira pessoas durante muito tempo sem lhes dizer que as admira?	B

**29. Considera um grande defeito numa pessoa que**

Tenha muito sentimento, ou	A
Não tenha sentimento suficiente?	B

**31. Acha que ter uma rotina diária é**

Uma maneira confortável de fazer as coisas,	A
Ou difícil mesmo quando é necessário?	B

**33. Acha que é um maior defeito**

Mostrar demasiado fulgor, ou	A
Não ter fulgor suficiente?	B

**35. Normalmente você**

Cursos baseados em teoria?	B
----------------------------	---

**18. Você normalmente**

Mostra os seus sentimentos abertamente, ou	A
Guarda os seus sentimentos para si?	B

**20. Normalmente dá-se bem com**

Pessoas imaginativas, ou	A
Pessoas realistas?	B

**22. Quando estranhos olham para si,**

Sente-se desconfortável, ou	A
Não se importa?	B

**24. É seu hábito**

Confiar em ninguém, ou no máximo numa pessoa, ou	A
Ter uma data de amigos em quem confia?	B

**26. Você**

Prefere fazer coisas à última hora, ou	A
Fazer as coisas à última hora é irritante?	B

**28. Ao fazer coisas que muitas outras pessoas fazem, atrai-lhe mais**

Fazê-las dum maneira instituída, ou	A
Inventar uma maneira própria?	B

**30. Quando está com um grupo de pessoas, gostaria normalmente de**

Tomar parte na discussão do grupo, ou	A
Falar com uma pessoa de cada vez?	B

**32. Na sua maneira de viver, prefere ser**

Original, ou	A
Convencional?	B

**34. Entre os seus amigos, é**

Um dos últimos a saber as coisas, ou	A
Tem sempre notícias sobre toda a gente?	B

**36. Em ocasiões sociais, você**

Dá mais valor ao sentimento do que à lógica,	A
Ou dá mais valor à lógica do que ao sentimento?	B

**37. Quando tem um trabalho especial para fazer, gosta de**

Organizá-lo cuidadosamente antes de começar, ou	A
Achar o que for necessário enquanto trabalha?	B

**39. Em festas, você**

Por vezes aborrece-se, ou	A
Diverte-se sempre?	B

Vai falar com uma só pessoa de quem gosta,	A
Ou junta-se ao grupo?	B

**38. Estaria melhor se**

Lidasse melhor com a rotina, ou	A
Lidasse melhor com a variedade?	B

**40. Na sua vida doméstica, quando chega ao final duma tarefa, está**

Claro o que tem para fazer a seguir e está preparado para “deitar mãos à obra”, ou	A
Contente em relaxar até que a próxima inspiração lhe venha?	B

**Secção B** – Que palavra, em cada par, é mais atractiva para si? Pense no significado das palavras, não na aparência nem em como elas soam

41	A	afirmação	conceito	B
42	A	convincente	comovente	B
43	A	falar	escrever	B
44	A	pontual	sem pressa	B
45	A	construir	inventar	B
46	A	aprovar	questionar	B
47	A	concreto	abstracto	B
48	A	benefícios	bênçãos	B
49	A	calmo	alegre	B
50	A	metódico	relaxado	B
51	A	literal	figurativo	B
52	A	analisar	compreender	B
53	A	produção	desenho	B
54	A	macio	duro	B
55	A	reservado	falador	B
56	A	sistemático	casual	B

57	A	sinal	símbolo	B
58	A	decisivo	amoroso	B
59	A	aceitar	mudar	B
60	A	quem	o quê	B
61	A	agendado	sem planeamento	B
62	A	conhecido	desconhecido	B
63	A	cauteloso	confiante	B
64	A	factos	ideias	B
65	A	amável	firme	B
66	A	fundação	cúpula	B
67	A	justiça	misericórdia	B
68	A	teoria	experiência	B
69	A	sem sentido crítico	crítico	B
70	A	pensamento	sentimento	B
71	A	fluido	sólido	B
72	A	compaixão	previsão	B

**Secção C** – Assinale qual das opções de resposta se aproxima mais da forma como habitualmente sente ou actua (A ou B).

<b>73. É maior elogio dizer que alguém tem</b>	
Visão, ou	A
Senso comum?	B

<b>74. Tem mais cuidado com</b>	
Os sentimentos das pessoas, ou	A
Os direitos delas?	B

**75. Quando está numa festa, gosta de**

Ajudar a animar a festa, ou	A
Deixar as pessoas divertirem-se à maneira delas?	B

**76. Geralmente prefere**

Marcar os seus compromissos sociais com antecedência, ou	A
Estar livre para fazer as coisas impulsivamente?	B

**77. Quando está com um grupo de bons amigos, você**

Fala mais do que deve, ou	A
Fala menos do que deve?	B

**79. Num grupo grande, mais vezes**

Apresenta outros, ou	A
É apresentado?	B

**81. Prefere pensar sobre um assunto**

Discutindo-o com outra pessoa, ou	A
Matutando-o na sua cabeça?	B

**83. Com rotinas diárias, prefere**

Terminá-las logo ao início do dia, ou	A
Trabalhar em intervalos juntamente com um projecto mais interessante?	B

**85. Você**

Sente satisfação em completar um trabalho cedo, ou	A
Gosta da rapidez e eficiência que adquire precisamente antes do prazo?	B

**87. Quando tem uma sugestão que devia de ser mencionada numa reunião, você**

Levanta-se e expressa-a naturalmente, ou	A
Hesita em o fazer?	B

**78. É naturalmente**

Mais interessado em pessoas do que e coisas,	A
Ou mais interessado em coisas e como elas funcionam do que em relações humanas?	B

**80. Quando vai passar o dia a algum sitio, gostaria mais de**

Planear o que vai fazer e aonde, ou	A
Apenas ir?	B

**82. As novas pessoas que conhece, sabem no que está interessado**

Logo, ou	A
Somente quando o conhecem bem?	B

**84. Normalmente diz**

Mais do que pretende dizer, ou	A
Menos do que pretende dizer?	B

**86. Quando se encontra com estranhos, acha que é**

Agradável, ou pelo menos fácil, ou	A
Uma coisa que requer bastante esforço?	B

**88. Gostaria de ter discutido o significado de**

Muitas destas perguntas, ou	A
Só de algumas?	B

**IV: Dados biográficos**

Neste grupo é pedida alguma informação pessoal, necessária para posterior comparação estatística entre grupos.

Género: F  M

Idade: \_\_\_\_

Estado civil: Casado  Solteiro  Divorciado  Outra

Nº de dependentes: \_\_\_\_\_

Estado profissional: Desempregado   
 Empregado por conta de outrem   
 Empresário em nome individual   
 Trabalhador independente   
 Outro  (pf especifique: \_\_\_\_\_)

Muito obrigado pela sua participação

## ANEXO B - Outputs estatísticos: análise de Qualidades Métricas da Escala de Valores de Schwartz

### I- Validade de Constructo – Analise Factorial- 7 factores

#### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,657
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	770,561
	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	4,035	19,215	19,215	4,035	19,215	19,215	3,057	14,558	14,558
2	3,164	15,067	34,282	3,164	15,067	34,282	2,676	12,745	27,303
3	2,276	10,839	45,121	2,276	10,839	45,121	2,130	10,145	37,448
4	1,548	7,372	52,494	1,548	7,372	52,494	2,028	9,658	47,105
5	1,401	6,673	59,166	1,401	6,673	59,166	1,733	8,251	55,357
6	1,101	5,241	64,407	1,101	5,241	64,407	1,487	7,079	62,435
7	1,017	4,845	69,252	1,017	4,845	69,252	1,432	6,817	69,252
8	,915	4,355	73,608						
9	,739	3,517	77,125						
10	,657	3,127	80,252						
11	,600	2,856	83,108						
12	,576	2,744	85,852						
13	,519	2,473	88,325						
14	,442	2,107	90,432						
15	,411	1,957	92,388						
16	,391	1,862	94,251						
17	,319	1,519	95,770						
18	,271	1,293	97,063						
19	,266	1,266	98,329						
20	,196	,935	99,264						
21	,155	,736	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

#### Rotated Component Matrix<sup>a</sup>

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
V1			,783				
V2	,641						
V3					,681		
V4		,759					
V5			-,653				
V6		,512		,452			
V7	,732						
V8						,517	
V9						,790	
V10				,598			
V11		,735					
V12				,803			
V13		,699					
V14	,713						
V15			,751				
V16	,639						
V17	,668						
V18							,818
V18					,742		
V20	,530						
V21					,616		

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 8 iterations.

## II - Validade de Constructo – Analise Factorial-4 factores

### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,657
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	770,561
	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	4,035	19,215	19,215	4,035	19,215	19,215	3,570	17,001	17,001
2	3,164	15,067	34,282	3,164	15,067	34,282	3,286	15,648	32,649
3	2,276	10,839	45,121	2,276	10,839	45,121	2,418	11,514	44,163
4	1,548	7,372	52,494	1,548	7,372	52,494	1,749	8,330	52,494
5	1,401	6,673	59,166						
6	1,101	5,241	64,407						
7	1,017	4,845	69,252						
8	,915	4,355	73,608						
9	,739	3,517	77,125						
10	,657	3,127	80,252						
11	,600	2,856	83,108						
12	,576	2,744	85,852						
13	,519	2,473	88,325						
14	,442	2,107	90,432						
15	,411	1,957	92,388						
16	,391	1,862	94,251						
17	,319	1,519	95,770						
18	,271	1,293	97,063						
19	,266	1,266	98,329						
20	,196	,935	99,264						
21	,155	,736	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

### Rotated Component Matrix <sup>a</sup>

	Component			
	1	2	3	4
V1			,700	
V2		,559		
V3	-,491			,702
V4	,708			
V5		,529	-,513	
V6	,590		,532	
V7		,709		
V8			,642	
V9				
V10	,605			
V11	,653			
V12	,477			
V13	,799			
V14		,736		
V15			,695	
V16		,718		
V17		,523		
V18				
V18				,686
V20		,667		
V21				,657

Extraction Method: Principal Component Analysis.  
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

III - Validade de Constructo – Analise Factorial-Estrutura proposta por Schwartz

### Auto-transcendência

#### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,569
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	39,425
	df	10
	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	1,681	33,629	33,629	1,681	33,629	33,629	1,629	32,585	32,585
2	1,248	24,963	58,592	1,248	24,963	58,592	1,300	26,006	58,592
3	,769	15,385	73,976						
4	,731	14,622	88,598						
5	,570	11,402	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

#### Rotated Component Matrix<sup>a</sup>

	Component	
	1	2
V3		,680
V8	,610	
V12	,690	
V18	,763	
V19		,842

Extraction Method: Principal Component Analysis.  
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

### Auto-realização

#### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,594
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	54,239
	df	6
	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	1,852	46,302	46,302	1,852	46,302	46,302	1,641	41,017	41,017
2	1,020	25,507	71,809	1,020	25,507	71,809	1,232	30,792	71,809
3	,666	16,659	88,468						
4	,461	11,532	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component	
	1	2
V2		,921
V4	,805	
V13	,879	
V17	,466	,594

Extraction Method: Principal Component Analysis.  
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

### Conservadorismo

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,723
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	124,494
	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	2,584	43,063	43,063	2,584	43,063	43,063	2,087	34,777	34,777
2	1,091	18,178	61,241	1,091	18,178	61,241	1,588	26,465	61,241
3	,724	12,072	73,314						
4	,684	11,394	84,707						
5	,538	8,966	93,673						
6	,380	6,327	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component	
	1	2
V5	,777	
V7	,753	
V9		,850
V14	,561	,507
V16	,667	
V20		,676

Extraction Method: Principal Component Analysis.  
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

## Abertura à mudança

### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,664
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	98,071
	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	2,243	37,388	37,388	2,243	37,388	37,388	1,842	30,702	30,702
2	1,335	22,243	59,632	1,335	22,243	59,632	1,736	28,929	59,632
3	,715	11,919	71,551						
4	,665	11,087	82,638						
5	,622	10,360	92,998						
6	,420	7,002	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

### Rotated Component Matrix(a)

	Component	
	1	2
V1		,760
V6	,539	,513
V10	,794	
V11	,761	
V15		,847
V21	,574	

Extraction Method: Principal Component Analysis.  
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.  
 a. Rotation converged in 3 iterations.

## IV- Fidelidade

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
V1	60,27	84,239	,124	,544	,737
V2	58,94	79,448	,378	,418	,718
V3	61,09	90,688	-,201	,521	,758
V4	60,21	81,346	,325	,524	,723
V5	60,44	79,935	,274	,544	,726
V6	59,96	81,155	,204	,654	,733
V7	59,04	78,900	,361	,502	,719
V8	60,00	82,451	,206	,465	,731
V9	60,12	81,065	,264	,348	,727
V10	60,87	77,464	,459	,482	,711
V11	60,86	81,138	,286	,397	,725
V12	60,82	80,701	,433	,419	,717
V13	60,40	80,732	,315	,665	,723
V14	60,34	73,148	,555	,604	,699
V15	59,87	80,072	,282	,567	,725
V16	59,97	80,166	,231	,536	,731
V17	59,87	79,131	,371	,441	,718
V18	61,10	82,089	,327	,363	,723
V19	60,79	80,425	,312	,322	,723
V20	59,52	80,899	,261	,583	,727
V21	60,95	79,556	,457	,453	,714

## Auto-transcendência

Análise com todos os itens

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,221	,252	5

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
V3	10,39	5,416	-,112	,139	,391
V8	9,30	4,448	,057	,143	,235
V12	10,12	4,594	,186	,121	,114
V18	10,40	4,301	,262	,172	,041
V19	10,09	3,924	,183	,126	,086

## Análise sem item 3

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,391	,430	4

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
V8	7,12	3,457	,180	,133	,368
V12	7,93	3,770	,301	,104	,248
V18	8,21	3,483	,386	,153	,159
V19	7,90	3,951	,058	,057	,507

## Análise sem itens 3 e 19

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,507	,516	3

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
V8	4,63	1,765	,330	,110	,418
V12	5,45	2,465	,310	,099	,431
V18	5,73	2,337	,348	,122	,373

## Auto-realização

## Análise com todos os itens

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,593	,598	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
V2	9,33	5,694	,218	,100	,638
V17	10,26	4,607	,432	,190	,473
V13	10,79	4,974	,397	,300	,503
V4	10,60	5,046	,471	,293	,454

**Análise sem item 2****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,638	,645	3

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
V4	6,27	3,141	,492	,278	,489
V13	6,46	2,800	,505	,290	,457
V17	5,93	3,025	,360	,130	,671

**Conservadorismo****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,727	,723	6

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
V7	15,97	17,774	,489	,334	,682
V16	16,90	15,755	,574	,352	,653
V5	17,37	18,157	,386	,229	,712
V14	17,27	16,082	,560	,383	,658
V9	17,05	20,164	,245	,128	,745
V20	16,46	17,466	,522	,348	,673

**Abertura à mudança****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,653	,655	6

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
V1	13,83	13,571	,267	,168	,650
V11	14,43	13,051	,337	,203	,627
V6	13,52	10,468	,532	,305	,547
V15	13,44	11,876	,402	,343	,604
V10	14,44	13,052	,307	,243	,638
V21	14,51	12,860	,478	,257	,586

## V- Sensibilidade

## Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Auto_Transcend	103	97,2%	3	2,8%	106	100,0%
Auto_Realzc	103	97,2%	3	2,8%	106	100,0%
Conservad	103	97,2%	3	2,8%	106	100,0%
Abert_Mudanc	103	97,2%	3	2,8%	106	100,0%

## Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Auto_Transcend	,123	103	,001	,972	103	,030
Auto_Realzc	,126	103	,000	,971	103	,022
Conservad	,099	103	,014	,975	103	,046
Abert_Mudanc	,107	103	,005	,972	103	,027

a. Lilliefors Significance Correction

## Descriptives

			Statistic	Std. Error
Auto_Transcend	Mean		2,5146	,04800
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	2,4194	
		Upper Bound	2,6098	
	5% Trimmed Mean		2,5183	
	Median		2,6000	
	Variance		,237	
	Std. Deviation		,48717	
	Minimum		1,20	
	Maximum		3,80	
	Range		2,60	
	Interquartile Range		,60	
	Skewness		-,049	,238
	Kurtosis		,665	,472
	Auto_Realzc	Mean		3,4150
95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	3,2773	
		Upper Bound	3,5528	
5% Trimmed Mean			3,4168	
Median			3,5000	
Variance			,497	
Std. Deviation			,70498	
Minimum			1,50	
Maximum			5,50	
Range			4,00	
Interquartile Range			,75	
Skewness			,047	,238
Kurtosis			,842	,472
Conservad		Mean		3,3673
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,2078	
		Upper Bound	3,5268	
	5% Trimmed Mean		3,3513	
	Median		3,3333	
	Variance		,666	
	Std. Deviation		,81628	
	Minimum		1,67	
	Maximum		5,17	
	Range		3,50	
	Interquartile Range		1,00	
	Skewness		,312	,238
	Kurtosis		-,392	,472
	Abert_Mudanc	Mean		2,8058
95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	2,6723	
		Upper Bound	2,9394	
5% Trimmed Mean			2,8282	
Median			2,8333	
Variance			,467	
Std. Deviation			,68325	
Minimum			1,00	
Maximum			4,50	
Range			3,50	
Interquartile Range			1,00	
Skewness			-,495	,238
Kurtosis			,333	,472

ANEXO C - *Outputs estatísticos relativos à análise de Qualidades Métricas do PsyCap*

I- *Validade de Constructo – Análise Factorial-10 factores*

**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	5,845	14,613	14,613	5,845	14,613	14,613	3,991	9,976	9,976
2	5,388	13,471	28,084	5,388	13,471	28,084	3,561	8,903	18,879
3	3,787	9,468	37,552	3,787	9,468	37,552	3,467	8,667	27,546
4	2,647	6,617	44,169	2,647	6,617	44,169	3,105	7,763	35,309
5	2,481	6,203	50,372	2,481	6,203	50,372	3,011	7,527	42,835
6	2,093	5,232	55,604	2,093	5,232	55,604	2,782	6,954	49,790
7	1,595	3,987	59,591	1,595	3,987	59,591	2,187	5,467	55,256
8	1,434	3,585	63,176	1,434	3,585	63,176	2,067	5,167	60,423
9	1,395	3,488	66,664	1,395	3,488	66,664	1,903	4,758	65,181
10	1,132	2,829	69,493	1,132	2,829	69,493	1,725	4,312	69,493
11	,916	2,289	71,783						
12	,909	2,273	74,055						
13	,867	2,168	76,223						
14	,809	2,022	78,245						
15	,784	1,959	80,204						
16	,724	1,809	82,013						
17	,682	1,705	83,718						
18	,628	1,571	85,289						
19	,586	1,465	86,753						
20	,539	1,348	88,101						
21	,521	1,303	89,405						
22	,433	1,082	90,487						
23	,393	,981	91,468						
24	,345	,862	92,330						
25	,332	,831	93,161						
26	,319	,798	93,959						
27	,301	,753	94,712						
28	,265	,662	95,374						
29	,243	,607	95,981						
30	,242	,604	96,585						
31	,218	,545	97,130						
32	,187	,468	97,599						
33	,171	,427	98,026						
34	,156	,391	98,417						
35	,153	,382	98,799						
36	,129	,322	99,121						
37	,111	,278	99,399						
38	,088	,221	99,619						
39	,082	,205	99,824						
40	,070	,176	100,000						

Rotated Component Matrix(a)

	Component									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
PCA1						,465				
PCA2				,581						
PCA3				,638						
PCA4		,783								
PCA5		,503					-,575			
PCA6				,792						
PCB1				,793						
PCB2	,705									
PCB3					,714					
PCB4				,461						
PCB5										-,744
PCB6										
PCB7								,773		
PCB8							,480			
PCB9									,752	
PCB10							,718			
PCC1								,623		
PCC2			,821							
PCC3	,669				,466					
PCC4		,697								
PCC5					,726					
PCC6					,452					
PCC7					,580					
PCC8		,761								
PCC9	,631									
PCC10									,558	
PCC11			,578							
PCC12	,503						,464			
PCC13		,661								
PCC14	,844									
PCD1						,528				
PCD2		,567								
PCD3			,473							
PCD4										
PCD5			,480		,458					
PCD6						,723				
PCD7			,623							
PCD8			,794							
PCD9						,707				
PCD10	,555									

Extraction Method: Principal Component Analysis.  
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.  
 a. Rotation converged in 21 iterations.

## II- Validade de Constructo – Analise Factorial - 4 Factores

## 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	5,845	14,613	14,613	5,845	14,613	14,613	4,679	11,698	11,698
2	5,388	13,471	28,084	5,388	13,471	28,084	4,461	11,153	22,851
3	3,787	9,468	37,552	3,787	9,468	37,552	4,389	10,972	33,824
4	2,647	6,617	44,169	2,647	6,617	44,169	4,138	10,345	44,169
5	2,481	6,203	50,372						
6	2,093	5,232	55,604						
7	1,595	3,987	59,591						
8	1,434	3,585	63,176						
9	1,395	3,488	66,664						
10	1,132	2,829	69,493						
11	,916	2,289	71,783						
12	,909	2,273	74,055						
13	,867	2,168	76,223						
14	,809	2,022	78,245						
15	,784	1,959	80,204						
16	,724	1,809	82,013						
17	,682	1,705	83,718						
18	,628	1,571	85,289						
19	,586	1,465	86,753						
20	,539	1,348	88,101						
21	,521	1,303	89,405						
22	,433	1,082	90,487						
23	,393	,981	91,468						
24	,345	,862	92,330						
25	,332	,831	93,161						
26	,319	,798	93,959						
27	,301	,753	94,712						
28	,265	,662	95,374						
29	,243	,607	95,981						
30	,242	,604	96,585						
31	,218	,545	97,130						
32	,187	,468	97,599						
33	,171	,427	98,026						
34	,156	,391	98,417						
35	,153	,382	98,799						
36	,129	,322	99,121						
37	,111	,278	99,399						
38	,088	,221	99,619						
39	,082	,205	99,824						
40	,070	,176	100,000						

Rotated Component Matrix(a)

	Component			
	1	2	3	4
PCA1		,535		
PCA2				,606
PCA3				,612
PCA4			,765	
PCA5			,565	
PCA6				,680
PCB1				,647
PCB2		,592		
PCB3	,482			
PCB4		,546		,581
PCB5				
PCB6				
PCB7				
PCB8				,619
PCB9				
PCB10				,776
PCC1		-,458		
PCC2	,798			
PCC3	,535	,544		
PCC4			,636	
PCC5	,593			
PCC6				
PCC7	,638			
PCC8			,611	
PCC9		,544		
PCC10	-,505			
PCC11	,752			
PCC12		,494		
PCC13			,652	
PCC14		,760		
PCD1			,615	
PCD2			,557	
PCD3	,557			
PCD4			,602	
PCD5	,616			
PCD6			,493	
PCD7	,456			
PCD8	,587			
PCD9		,584		
PCD10		,711		

## III- Validade de Constructo – Analise Factorial – Estrutura PsyCap

**Esperança****Correlation Matrix**

		PCA1	PCA2	PCA3	PCA4	PCA5	PCA6
Correlation	PCA1	1,000	,111	,098	,070	,273	,038
	PCA2	,111	1,000	,522	,145	-,002	,385
	PCA3	,098	,522	1,000	,169	-,068	,506
	PCA4	,070	,145	,169	1,000	,420	,378
	PCA5	,273	-,002	-,068	,420	1,000	,026
	PCA6	,038	,385	,506	,378	,026	1,000

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,605
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	111,932
	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	2,139	35,658	35,658	2,139	35,658	35,658	2,017	33,611	33,611
2	1,429	23,813	59,471	1,429	23,813	59,471	1,552	25,860	59,471
3	,985	16,412	75,883						
4	,600	10,000	85,882						
5	,440	7,337	93,219						
6	,407	6,781	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component	
	1	2
PCA1		,511
PCA2	,769	
PCA3	,848	
PCA4		,709
PCA5		,867
PCA6	,773	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

## Optimismo

Análise com todos os 10 itens que compõem a sub-escala de optimismo

Correlation Matrix

	PCB1	PCB2	PCB3	PCB4	PCB5	PCB6	PCB7	PCB8	PCB9	PCB10
Sig. (1-tailed)	PCB1	,419	,160	,007	,260	,128	,415	,022	,363	,000
	PCB2	,419	,308	,000	,004	,027	,442	,000	,344	,015
	PCB3	,160	,308	,360	,044	,256	,002	,289	,017	,238
	PCB4	,007	,000	,360	,038	,491	,001	,000	,475	,000
	PCB5	,260	,004	,044	,038	,471	,038	,002	,010	,001
	PCB6	,128	,027	,256	,491	,471	,054	,329	,093	,185
	PCB7	,415	,442	,002	,001	,038	,054	,001	,000	,401
	PCB8	,022	,000	,289	,000	,002	,329	,001	,384	,000
	PCB9	,363	,344	,017	,475	,010	,093	,000	,384	,100
	PCB10	,000	,015	,238	,000	,001	,185	,401	,000	,100

### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,533
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	206,701
	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	2,587	25,865	25,865	2,587	25,865	25,865	2,387	23,872	23,872
2	1,736	17,361	43,227	1,736	17,361	43,227	1,734	17,342	41,214
3	1,206	12,055	55,282	1,206	12,055	55,282	1,283	12,827	54,041
4	1,072	10,716	65,998	1,072	10,716	65,998	1,196	11,957	65,998
5	,777	7,774	73,772						
6	,724	7,244	81,016						
7	,715	7,147	88,163						
8	,528	5,283	93,446						
9	,424	4,245	97,691						
10	,231	2,309	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Análise com todos os 10 itens que compõem a sub-escala de optimismo

Correlation Matrix

	PCB1	PCB4	PCB10
Correlation PCB1	1,000	,241	,324
PCB4	,241	1,000	,409
PCB10	,324	,409	1,000

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,611
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	31,054
	df	3
	Sig.	,000

**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1,654	55,144	55,144	1,654	55,144	55,144
2	,770	25,655	80,799			
3	,576	19,201	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component
	1
PCB1	,673
PCB4	,748
PCB10	,801

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

a. Only one component was extracted.  
The solution cannot be rotated.

## Resiliência

### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,620
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	419,911
	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	2,964	21,170	21,170	2,964	21,170	21,170	2,726	19,470	19,470
2	2,589	18,494	39,664	2,589	18,494	39,664	2,291	16,365	35,835
3	1,849	13,205	52,869	1,849	13,205	52,869	2,158	15,416	51,251
4	1,144	8,172	61,041	1,144	8,172	61,041	1,371	9,790	61,041
5	,946	6,760	67,802						
6	,871	6,224	74,026						
7	,758	5,415	79,441						
8	,632	4,514	83,955						
9	,533	3,809	87,764						
10	,457	3,268	91,032						
11	,440	3,144	94,176						
12	,343	2,451	96,627						
13	,271	1,935	98,562						
14	,201	1,438	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

### Rotated Component Matrix<sup>a</sup>

	Component			
	1	2	3	4
PCC1				,720
PCC2	,797			
PCC3	,513			-,470
PCC4			,739	
PCC5	,637			
PCC6			,577	
PCC7	,662			
PCC8			,696	
PCC9		,817		
PCC10	-,454			,546
PCC11	,821			
PCC12		,706		
PCC13			,793	
PCC14		,783		

Extraction Method: Principal Component Analysis.  
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

Correlation Matrix

	PCC1	PCC2	PCC3	PCC4	PCC5	PCC6	PCC7	PCC8	PCC9	PCC10	PCC11	PCC12	PCC13	PCC14
Correla PCC1	1,000													
PCC1	,076	1,000												
PCC2	-,186	,340	1,000											
PCC3	-,091	,064	-,101	1,000										
PCC4	-,087	,380	-,101	,261	1,000									
PCC5	-,007	,075	,325	,319	,266	1,000								
PCC6	-,027	,376	,187	,075	,108	,257	1,000							
PCC7	-,059	,107	-,051	,331	,068	,257	-,099	1,000						
PCC8	-,210	,107	,219	-,113	-,099	,000	-,197	-,223	1,000					
PCC9	,103	-,349	-,308	,003	-,225	-,280	-,280	-,018	,268	1,000				
PCC10	,124	,576	,373	,011	,435	,061	,416	-,225	,008	-,225	1,000			
PCC11	-,144	,202	-,053	-,015	,000	-,050	-,050	-,023	,431	-,023	-,050	1,000		
PCC12	-,170	-,033	-,053	,449	,245	,298	-,034	,433	-,209	-,083	,203	-,018	1,000	
PCC13	-,265	,022	,462	-,129	-,010	,052	-,189	-,160	,538	,190	-,105	,380	-,209	1,000

## Auto-eficácia

### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,650
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	250,543
	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	2,944	29,438	29,438	2,944	29,438	29,438	2,292	22,924	22,924
2	1,772	17,715	47,153	1,772	17,715	47,153	1,897	18,970	41,894
3	1,295	12,952	60,105	1,295	12,952	60,105	1,821	18,211	60,105
4	,881	8,811	68,916						
5	,791	7,913	76,830						
6	,648	6,478	83,308						
7	,586	5,863	89,171						
8	,466	4,661	93,832						
9	,358	3,582	97,414						
10	,259	2,586	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

### Rotated Component Matrix<sup>a</sup>

	Component		
	1	2	3
PCD1		,808	
PCD2		,558	
PCD3	,510		-,563
PCD4	,469	,511	
PCD5	,686		
PCD6		,673	
PCD7	,744		
PCD8	,803		
PCD9			,768
PCD10			,868

Extraction Method: Principal Component Analysis.  
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 4 iterations.

Correlation Matrix

	PCD1	PCD2	PCD3	PCD4	PCD5	PCD6	PCD7	PCD8	PCD9	PCD10
Correla PCD1	1,000	,221	,107	,309	,135	,435	,105	,037	,228	-,016
PCD2	,221	1,000	,145	,164	,128	,203	,049	,118	,125	-,029
PCD3	,107	,145	1,000	,227	,350	,215	,111	,368	-,108	-,341
PCD4	,309	,164	,227	1,000	,484	,301	,266	,242	,334	-,026
PCD5	,135	,128	,350	,484	1,000	,255	,389	,327	,088	-,014
PCD6	,435	,203	,215	,301	,255	1,000	,274	,203	,380	,147
PCD7	,105	,049	,111	,266	,389	,274	1,000	,513	,333	,143
PCD8	,037	,118	,368	,242	,327	,203	,513	1,000	,259	,049
PCD9	,228	,125	-,108	,334	,088	,380	,333	,259	1,000	,570
PCD10	-,016	-,029	-,341	-,026	-,014	,147	,143	,049	,570	1,000

## IV- Fidelidade

## Esperança

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PCA1	20,92	7,817	,190	,098	,618
PCA2	21,30	6,722	,395	,296	,545
PCA3	21,45	6,348	,409	,393	,536
PCA4	21,43	6,463	,409	,315	,537
PCA5	21,23	7,298	,198	,268	,627
PCA6	21,24	6,382	,469	,366	,513

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,610	,607	6

## Optimismo

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PCB1	8,93	3,044	,338	,119	,580
PCB4	8,85	2,302	,412	,180	,474
PCB10	9,09	2,041	,470	,221	,379

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,592	,591	3

## Resiliência

### Resiliência com todos os itens

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PCC1	55,42	24,599	-,096	,257	,535
PCC2	56,48	18,899	,404	,527	,425
PCC3	56,09	20,237	,438	,581	,434
PCC4	55,76	22,401	,215	,374	,486
PCC5	55,99	18,598	,457	,402	,410
PCC6	55,77	21,749	,314	,347	,468
PCC7	56,35	21,151	,139	,374	,507
PCC8	56,38	23,002	,016	,291	,535
PCC9	56,27	22,651	,126	,475	,502
PCC10	56,10	25,853	-,245	,402	,580
PCC11	56,17	20,198	,434	,571	,434
PCC12	56,44	22,013	,169	,350	,494
PCC13	55,84	22,368	,201	,474	,488
PCC14	56,26	21,960	,109	,534	,512

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,509	,506	14

### Resiliência sem o item 10

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PCC1	51,11	26,175	-,112	,203	,608
PCC2	52,17	19,590	,470	,475	,499
PCC3	51,78	21,195	,490	,550	,511
PCC4	51,45	23,857	,208	,358	,566
PCC5	51,68	19,573	,492	,399	,494
PCC6	51,46	22,898	,350	,328	,544
PCC7	52,04	21,940	,192	,371	,575
PCC8	52,07	24,417	,019	,284	,609
PCC9	51,96	24,528	,071	,429	,589
PCC11	51,85	21,283	,468	,566	,515
PCC12	52,13	23,425	,168	,347	,573
PCC13	51,53	23,702	,211	,465	,565
PCC14	51,95	23,811	,069	,504	,600

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,580	,576	13

Resiliência sem itens 8 e 10

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PCC1	47,08	24,700	-,109	,190	,639
PCC2	48,14	18,001	,506	,473	,525
PCC3	47,75	19,661	,522	,550	,539
PCC4	47,42	22,951	,136	,348	,608
PCC5	47,65	18,308	,492	,396	,530
PCC6	47,43	21,875	,297	,315	,584
PCC7	48,01	20,225	,224	,357	,602
PCC9	47,93	22,672	,126	,419	,612
PCC11	47,83	19,852	,484	,566	,545
PCC12	48,10	21,736	,203	,341	,599
PCC13	47,50	22,998	,114	,418	,612
PCC14	47,92	21,974	,109	,503	,624

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,609	,589	12

### Auto-eficácia

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PCD1	37,95	14,282	,310	,259	,677
PCD2	38,71	14,287	,217	,088	,692
PCD3	38,65	14,151	,190	,363	,700
PCD4	38,14	12,687	,481	,395	,645
PCD5	38,31	12,746	,451	,395	,650
PCD6	37,88	13,163	,508	,342	,646
PCD7	38,26	12,980	,468	,382	,649
PCD8	38,46	13,113	,456	,393	,652
PCD9	38,04	12,646	,484	,545	,644
PCD10	38,50	14,429	,091	,453	,727

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,693	,709	10

## V- Sensibilidad

## Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Esperanc	103	97,2%	3	2,8%	106	100,0%
OptimisM	103	97,2%	3	2,8%	106	100,0%
ResilinC	103	97,2%	3	2,8%	106	100,0%
Auto_Efic	103	97,2%	3	2,8%	106	100,0%

## Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Esperanc	,151	103	,000	,955	103	,001
OptimisM	,118	103	,001	,969	103	,016
ResilinC	,112	103	,003	,961	103	,004
Auto_Efic	,166	103	,000	,863	103	,000

a. Lilliefors Significance Correction

## Descriptives

			Statistic	Std. Error
Esperanc	Mean		4,2524	,04963
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4,1540	
		Upper Bound	4,3509	
	5% Trimmed Mean		4,2638	
	Median		4,3333	
	Variance		,254	
	Std. Deviation		,50372	
	Minimum		2,50	
	Maximum		5,50	
	Range		3,00	
	Interquartile Range		,67	
	Skewness		-,555	,238
	Kurtosis		1,463	,472
	OptimisM	Mean		4,4790
95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	4,3392	
		Upper Bound	4,6187	
5% Trimmed Mean			4,4910	
Median			4,3333	
Variance			,511	
Std. Deviation			,71503	
Minimum			2,67	
Maximum			6,00	
Range			3,33	
Interquartile Range			1,00	
Skewness			-,270	,238
Kurtosis			-,282	,472
ResilinC		Mean		4,3148
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4,2459	
		Upper Bound	4,3838	
	5% Trimmed Mean		4,3185	
	Median		4,2857	
	Variance		,124	
	Std. Deviation		,35284	
	Minimum		3,29	
	Maximum		5,07	
	Range		1,79	
	Interquartile Range		,36	
	Skewness		,028	,238
	Kurtosis		,662	,472
	Auto_Efic	Mean		4,2544
95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	4,1761	
		Upper Bound	4,3327	
5% Trimmed Mean			4,2734	
Median			4,3000	
Variance			,161	
Std. Deviation			,40068	
Minimum			2,70	
Maximum			5,30	
Range			2,60	
Interquartile Range			,30	
Skewness			-1,112	,238
Kurtosis			5,061	,472

## ANEXO D – Análise de Correlação Linear

## Correlations

		Auto_Tr anscd	Auto_R ealz	Conserv ad	Abert_ Mudanc	Esperan c	Optimis M	Resilien c	Auto_Ef ic
Auto_Tra nscd	Pearson Correlation	1	,232(**)	,163(*)	,490(**)	,054	-,119	-,057	-,136
	Sig. (1- tailed)		,009	,050	,000	,294	,116	,283	,085
	N	103	103	103	103	103	103	103	103
Auto_Rea lz	Pearson Correlation	,232(**)	1	,192(*)	,376(**)	,146	-,013	-,249(**)	-,307(**)
	Sig. (1- tailed)	,009		,026	,000	,070	,448	,006	,001
	N	103	103	103	103	103	103	103	103
Conserva d	Pearson Correlation	,163(*)	,192(*)	1	-,001	,109	-,281(**)	,031	-,105
	Sig. (1- tailed)	,050	,026		,495	,136	,002	,378	,146
	N	103	103	103	103	103	103	103	103
Abert_Mu danc	Pearson Correlation	,490(**)	,376(**)	-,001	1	-,020	-,274(**)	-,526(**)	-,134
	Sig. (1- tailed)	,000	,000	,495		,421	,003	,000	,088
	N	103	103	103	103	103	103	103	103
Esperanc	Pearson Correlation	,054	,146	,109	-,020	1	,467(**)	,149	,488(**)
	Sig. (1- tailed)	,294	,070	,136	,421		,000	,067	,000
	N	103	103	103	103	103	103	103	103
OptimisM	Pearson Correlation	-,119	-,013	-,281(**)	-,274(**)	,467(**)	1	,087	,312(**)
	Sig. (1- tailed)	,116	,448	,002	,003	,000		,191	,001
	N	103	103	103	103	103	103	103	103
Resilienc	Pearson Correlation	-,057	-,249(**)	,031	-,526(**)	,149	,087	1	,384(**)
	Sig. (1- tailed)	,283	,006	,378	,000	,067	,191		,000
	N	103	103	103	103	103	103	103	103
Auto_Efic	Pearson Correlation	-,136	-,307(**)	-,105	-,134	,488(**)	,312(**)	,384(**)	1
	Sig. (1- tailed)	,085	,001	,146	,088	,000	,001	,000	
	N	103	103	103	103	103	103	103	103

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

## ANEXO E – Análise de Regressão Múltipla

## Impacto dos Valores na dimensão Esperança do PsyCap

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,191 <sup>a</sup>	,036	-,003	,50448

a. Predictors: (Constant), Abert\_Mudanc, Conservad, Auto\_Realz, Auto\_Transcd

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,941	4	,235	,924	,453 <sup>a</sup>
	Residual	24,941	98	,254		
	Total	25,881	102			

a. Predictors: (Constant), Abert\_Mudanc, Conservad, Auto\_Realz, Auto\_Transcd

b. Dependent Variable: Esperanc

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,901	,316		12,339	,000
	Auto_Transcd	,045	,088	,059	,511	,611
	Auto_Realz	,102	,069	,160	1,465	,146
	Conservad	,042	,064	,069	,668	,506
	Abert_Mudanc	-,081	,089	-,109	-,902	,369

a. Dependent Variable: Esperanc

## Impacto dos Valores na dimensão Optimismo do PSYCAP

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,429 <sup>a</sup>	,184	,151	,65889

a. Predictors: (Constant), Abert\_Mudanc, Conservad, Auto\_Realz, Auto\_Transcd

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9,603	4	2,401	5,530	,000 <sup>a</sup>
	Residual	42,546	98	,434		
	Total	52,149	102			

a. Predictors: (Constant), Abert\_Mudanc, Conservad, Auto\_Realz, Auto\_Transcd

b. Dependent Variable: OptimisM

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,845	,413		14,155	,000
	Auto_Transcd	,086	,115	,080	,752	,454
	Auto_Realz	,156	,091	,174	1,727	,087
	Conservad	-,287	,083	-,328	-3,459	,001
	Abert_Mudanc	-,397	,117	-,379	-3,401	,001

a. Dependent Variable: OptimisM

**Impacto dos Valores na dimensão Resiliência do PSYCAP****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,578 <sup>a</sup>	,334	,307	,34275

a. Predictors: (Constant), Abert\_Mudanc, Conservad, Auto\_Realz, Auto\_Transcd

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5,782	4	1,446	12,305	,000 <sup>a</sup>
	Residual	11,513	98	,117		
	Total	17,295	102			

a. Predictors: (Constant), Abert\_Mudanc, Conservad, Auto\_Realz, Auto\_Transcd

b. Dependent Variable: Resilienc

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,083	,215		23,661	,000
	Auto_Transcd	,167	,060	,268	2,788	,006
	Auto_Realz	-,038	,047	-,074	-,817	,416
	Conservad	,000	,043	,001	,008	,993
	Abert_Mudanc	-,379	,061	-,630	-6,256	,000

a. Dependent Variable: Resilienc

**Impacto dos Valores na dimensão Auto-Eficácia do PSYCAP.****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,317 <sup>a</sup>	,100	,064	,38774

a. Predictors: (Constant), Abert\_Mudanc, Conservad, Auto\_Realz, Auto\_Transcd

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,642	4	,410	2,730	,033 <sup>a</sup>
	Residual	14,734	98	,150		
	Total	16,376	102			

a. Predictors: (Constant), Abert\_Mudanc, Conservad, Auto\_Realz, Auto\_Transcd

b. Dependent Variable: Auto\_Efic

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,863	,243		20,011	,000
	Auto_Transcd	-,040	,068	-,066	-,592	,555
	Auto_Realz	-,144	,053	-,287	-2,710	,008
	Conservad	-,019	,049	-,039	-,389	,698
	Abert_Mudanc	,004	,069	,006	,053	,958

a. Dependent Variable: Auto\_Efic

## ANEXO F – Análise em Função dos Dados Biográficos

## PsyCap e Estado profissional

## ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Esperanc	Between Groups	,877	4	,219	,859	,492
	Within Groups	25,005	98	,255		
	Total	25,881	102			
OptimisM	Between Groups	3,412	4	,853	1,715	,153
	Within Groups	48,737	98	,497		
	Total	52,149	102			
Resilienc	Between Groups	,103	4	,026	,146	,964
	Within Groups	17,193	98	,175		
	Total	17,295	102			
Auto_Efic	Between Groups	,661	4	,165	1,030	,396
	Within Groups	15,715	98	,160		
	Total	16,376	102			

## Descriptives

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum	
					Lower Bound	Upper Bound			
Esperanc	Desempregado	1	4,1667	.	.	.	.	4,17	4,17
	Empregado por conta de outrém	63	4,3201	,52304	,06590	4,1884	4,4518	2,83	5,50
	Empresário em nome individual	1	3,8333	.	.	.	.	3,83	3,83
	Trabalhador independente	1	4,3333	.	.	.	.	4,33	4,33
	Outro	37	4,1486	,47269	,07771	3,9910	4,3062	2,50	5,00
	Total	103	4,2524	,50372	,04963	4,1540	4,3509	2,50	5,50
	OptimisM	Desempregado	1	3,3333	.	.	.	.	3,33
Empregado por conta de outrém		63	4,5079	,69781	,08792	4,3322	4,6837	2,67	6,00
Empresário em nome individual		1	3,3333	.	.	.	.	3,33	3,33
Trabalhador independente		1	5,3333	.	.	.	.	5,33	5,33
Outro		37	4,4685	,71776	,11800	4,2292	4,7078	2,67	5,67
Total		103	4,4790	,71503	,07045	4,3392	4,6187	2,67	6,00
Resilienc		Desempregado	1	4,1667	.	.	.	.	4,17
	Empregado por conta de outrém	63	4,3439	,39015	,04915	4,2457	4,4422	3,67	5,17
	Empresário em nome individual	1	4,4167	.	.	.	.	4,42	4,42
	Trabalhador independente	1	4,5833	.	.	.	.	4,58	4,58
	Outro	37	4,3266	,46414	,07630	4,1718	4,4813	3,17	5,08
	Total	103	4,3390	,41178	,04057	4,2585	4,4195	3,17	5,17
	Auto_Efic	Desempregado	1	4,3000	.	.	.	.	4,30
Empregado por conta de outrém		63	4,3159	,35159	,04430	4,2273	4,4044	3,30	5,30
Empresário em nome individual		1	4,0000	.	.	.	.	4,00	4,00
Trabalhador independente		1	4,2000	.	.	.	.	4,20	4,20
Outro		37	4,1568	,47290	,07774	3,9991	4,3144	2,70	4,80
Total		103	4,2544	,40068	,03948	4,1761	4,3327	2,70	5,30

## PsyCap e Género

### ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Esperanc	Between Groups	,863	1	,863	3,484	,065
	Within Groups	25,018	101	,248		
	Total	25,881	102			
OptimisM	Between Groups	1,271	1	1,271	2,523	,115
	Within Groups	50,878	101	,504		
	Total	52,149	102			
Resilienc	Between Groups	,865	1	,865	5,316	,023
	Within Groups	16,431	101	,163		
	Total	17,295	102			
Auto_Efic	Between Groups	,556	1	,556	3,549	,062
	Within Groups	15,820	101	,157		
	Total	16,376	102			

### Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
Esperanc	Feminino	53	4,1635	,53057	,07288	4,0173	4,3098	2,50	5,50
	Masculino	50	4,3467	,46026	,06509	4,2159	4,4775	3,00	5,33
	Total	103	4,2524	,50372	,04963	4,1540	4,3509	2,50	5,50
OptimisM	Feminino	53	4,3711	,79973	,10985	4,1506	4,5915	2,67	6,00
	Masculino	50	4,5933	,59966	,08480	4,4229	4,7638	3,00	5,67
	Total	103	4,4790	,71503	,07045	4,3392	4,6187	2,67	6,00
Resilienc	Feminino	53	4,2500	,38363	,05270	4,1443	4,3557	3,17	5,00
	Masculino	50	4,4333	,42325	,05986	4,3130	4,5536	3,67	5,17
	Total	103	4,3390	,41178	,04057	4,2585	4,4195	3,17	5,17
Auto_Efic	Feminino	53	4,1830	,46191	,06345	4,0557	4,3103	2,70	5,30
	Masculino	50	4,3300	,31053	,04392	4,2417	4,4183	3,80	5,30
	Total	103	4,2544	,40068	,03948	4,1761	4,3327	2,70	5,30

## Valores e Género

## ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Auto_Transcd	Between Groups	,000	1	,000	,000	,989
	Within Groups	44,781	101	,443		
	Total	44,781	102			
Auto_Realz	Between Groups	,130	1	,130	,205	,652
	Within Groups	64,400	101	,638		
	Total	64,531	102			
Conservad	Between Groups	1,262	1	1,262	1,912	,170
	Within Groups	66,702	101	,660		
	Total	67,964	102			
Abert_Mudanc	Between Groups	,511	1	,511	1,095	,298
	Within Groups	47,106	101	,466		
	Total	47,617	102			

## Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
Auto_Transcd	Feminino	53	2,6352	,70184	,09641	2,4418	2,8287	1,00	4,33
	Masculino	50	2,6333	,62543	,08845	2,4556	2,8111	1,00	4,00
	Total	103	2,6343	,66259	,06529	2,5048	2,7638	1,00	4,33
Auto_Realz	Feminino	53	3,0755	,93059	,12783	2,8190	3,3320	1,00	5,33
	Masculino	50	3,1467	,62872	,08891	2,9680	3,3253	1,33	4,33
	Total	103	3,1100	,79540	,07837	2,9546	3,2655	1,00	5,33
Conservad	Feminino	53	3,4748	,81479	,11192	3,2503	3,6994	1,67	5,00
	Masculino	50	3,2533	,81039	,11461	3,0230	3,4836	1,83	5,17
	Total	103	3,3673	,81628	,08043	3,2078	3,5268	1,67	5,17
Abert_Mudanc	Feminino	53	2,8742	,65528	,09001	2,6936	3,0548	1,17	4,50
	Masculino	50	2,7333	,71110	,10057	2,5312	2,9354	1,00	4,17
	Total	103	2,8058	,68325	,06732	2,6723	2,9394	1,00	4,50

## Valores e Estado Profissional

## ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Auto_Transcd	Between Groups	,205	4	,051	,113	,978
	Within Groups	44,576	98	,455		
	Total	44,781	102			
Auto_Realz	Between Groups	,742	4	,185	,285	,887
	Within Groups	63,789	98	,651		
	Total	64,531	102			
Conservad	Between Groups	,770	4	,192	,281	,890
	Within Groups	67,194	98	,686		
	Total	67,964	102			
Abert_Mudanc	Between Groups	2,397	4	,599	1,299	,276
	Within Groups	45,220	98	,461		
	Total	47,617	102			

## Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
Auto_Transcd	Desempregado	1	2,6667	.	.	.	.	2,67	2,67
	Empregado por conta de outrém	63	2,6508	,70184	,08842	2,4740	2,8275	1,00	4,33
	Empresário em nome individual	1	2,3333	.	.	.	.	2,33	2,33
	Trabalhador independente	1	2,3333	.	.	.	.	2,33	2,33
	Outro	37	2,6216	,62441	,10265	2,4134	2,8298	1,00	4,33
	Total	103	2,6343	,66259	,06529	2,5048	2,7638	1,00	4,33
Auto_Realz	Desempregado	1	3,0000	.	.	.	.	3,00	3,00
	Empregado por conta de outrém	63	3,0952	,78386	,09876	2,8978	3,2927	1,00	4,33
	Empresário em nome individual	1	2,3333	.	.	.	.	2,33	2,33
	Trabalhador independente	1	3,0000	.	.	.	.	3,00	3,00
	Outro	37	3,1622	,84482	,13889	2,8805	3,4438	1,33	5,33
	Total	103	3,1100	,79540	,07837	2,9546	3,2655	1,00	5,33
Conservad	Desempregado	1	3,8333	.	.	.	.	3,83	3,83
	Empregado por conta de outrém	63	3,4021	,88528	,11153	3,1792	3,6251	1,83	5,17
	Empresário em nome individual	1	3,8333	.	.	.	.	3,83	3,83
	Trabalhador independente	1	3,3333	.	.	.	.	3,33	3,33
	Outro	37	3,2838	,71886	,11818	3,0441	3,5235	1,67	4,50
	Total	103	3,3673	,81628	,08043	3,2078	3,5268	1,67	5,17
Abert_Mudanc	Desempregado	1	2,6667	.	.	.	.	2,67	2,67
	Empregado por conta de outrém	63	2,8545	,69205	,08719	2,6802	3,0288	1,00	4,50
	Empresário em nome individual	1	2,8333	.	.	.	.	2,83	2,83
	Trabalhador independente	1	1,3333	.	.	.	.	1,33	1,33
	Outro	37	2,7658	,65671	,10796	2,5468	2,9847	1,17	4,17
	Total	103	2,8058	,68325	,06732	2,6723	2,9394	1,00	4,50