



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA

GUILHERME SOBREIRA LOPES

**O QUE TORNA UMA PESSOA ATRAENTE?
UMA ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DOS VALORES HUMANOS NA
PERCEPÇÃO DA ATRATIVIDADE FACIAL**

FORTALEZA
2012

GUILHERME SOBREIRA LOPES

**O QUE TORNA UMA PESSOA ATRAENTE?
UMA ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DOS VALORES HUMANOS NA
PERCEPÇÃO DA ATRATIVIDADE FACIAL**

Monografia apresentada ao Curso de Psicologia da
Universidade Federal do Ceará como requisito para
aprovação na Disciplina de Monografia em Psicologia.

Orientador:
Prof. Dr. Walberto Silva dos Santos

FORTALEZA
2012

GUILHERME SOBREIRA LOPES

**O QUE TORNA UMA PESSOA ATRAENTE?
UMA ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DOS VALORES HUMANOS NA
PERCEPÇÃO DA ATRATIVIDADE FACIAL**

Monografia apresentada a Curso de Psicologia da
Universidade Federal do Ceará como requisito para
aprovação na Disciplina de Monografia em Psicologia.

Aprovada em ___/___/___

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Walberto Silva dos Santos (Orientador)
Universidade Federal do Ceará-UFC

Profa. Ms. Andréa Carla Filgueiras Cordeiro
Universidade Federal do Ceará-UFC

Ms. Sandra de Lucena Pronk
Mestre em Psicologia Social-UFPB

Ao Laboratório Cearense de Psicometria (LACEP).

AGRADECIMENTOS

Antes mesmo de começar a escrever minha monografia, já pensava neste momento. Como expressar por meio de palavras a gratidão que sinto por tantas pessoas? Diante deste impasse, receio não contemplar toda a dimensão da minha gratidão.

Primeiramente, agradeço aos meus pais, por me amarem incondicionalmente e me proporcionarem um ambiente favorável ao meu crescimento pessoal e acadêmico, e a todos os meus familiares, que, de seu modo, sempre torceram por mim.

Ao meu orientador e Amigo, Prof. Walberto S. Santos. A ele, sou grato pela confiança plena que deposita em mim, pelas horas incontáveis de dedicação, pela preocupação com o meu futuro e pelo apreço que demonstra com seu jeito paraibano. A convivência com ele me ensinou a valorizar a lealdade, a responsabilidade e o companheirismo.

A todos os membros do Laboratório Cearense de Psicometria (LACEP) e do Bases Normativas do Comportamento Social (BNCS). Sem eles, não teria sido possível realizar este trabalho monográfico. Obrigado a todos que contribuíram com a divulgação e que preferiram ocupar suas manhãs de janeiro coletando dados, a todos que, diariamente, me acolheram nas angústias diante das dificuldades que enfrentei. Especialmente, agradeço à Darlene Pinho e ao Alex Grangeiro, que me apoiaram em meus últimos fôlegos para a conclusão deste trabalho. A este último, sou grato pelas impagáveis caronas e pelas conversas que costumam render ótimas ideias.

À minha namorada Karem, que, com amor, carinho e compreensão, acompanha minhas conquistas desde o início, cantando vitórias e compartilhando dores do jeito que só ela sabe. Ao meu irmão Gabriel, pelas risadas, pelo companheirismo, pelo ombro de irmão mais velho e pelos bons momentos que guardarei por toda a vida.

Aos amigos. Prezo por poucos amigos, mas que são os melhores: Rommel Reis, Iuri Torquato, Edmundo do Vale, dentre outros dos tempos de colégio, Eduardo Taveira, Thicianne Malheiros, Sarah Bonfim, Hermírio Moraes, Emanuela Possidônio e David Mendes, com quem tenho o prazer de compartilhar experiências, angústias e filosofias. A partir deste ponto, me reservo o direito de não mencionar nomes. A todos os meus amigos, meus mais sinceros agradecimentos pelos ótimos momentos.

Aos membros da banca, Prof. Dr. Walberto S. Santos, Profa. Ms. Andréa Karla Filgueiras e Sandra de Lucena Pronk, que dedicaram tempo e intelecto para a leitura e a avaliação deste trabalho. A eles, agradeço pelas críticas, sugestões e opiniões.

Por fim, ao leitor, pelo interesse em ler esta monografia e em fazer ciência.

*“Dizes que a beleza não é nada?
Imagina um hipopótamo com alma de anjo...
Sim, ele poderá convencer os outros de
sua angelitude - mas que trabalheira!”
(Mário Quintana)*

RESUMO

O objetivo principal desta monografia foi avaliar se os valores humanos alteram o modo como as pessoas percebem as outras como atraentes. Para tanto, planejaram-se três estudos. No primeiro, procurou-se construir um banco de imagens faciais, distribuídas em função do sexo (masculino e feminino) e do nível de atratividade (alto e baixo). Desta forma, contou-se com 264 sujeitos de uma rede social, com idades entre 16 e 60 anos ($m = 24$ e $dp = 6,31$), a maioria feminina (62,5%), solteira (58,7%) e heterossexual (89,4%), que indicaram, observando as fotos de perfis de uma rede social, as imagens mais e menos atraentes. Obteve-se um banco de 528 imagens, sendo que, após uma seleção envolvendo seis critérios pré-estabelecidos, reduziu-se para 160 imagens, divididas equitativamente em função do sexo (masculino e feminino) e do nível de atratividade (alto e baixo). O segundo estudo objetivou avaliar quão as imagens faciais do Estudo 1 são atraentes, buscando avaliar as diferenças entre os níveis de atratividade das imagens. Neste caso, considerou-se 188 sujeitos da população geral, com idades entre 15 e 53 anos ($m = 23,49$ e $dp = 5,96$), a maioria feminina (51,9%), solteira (48,9%) e heterossexual (90,6%). O instrumento foi composto por cadernos contendo as imagens faciais e por folhas de respostas, de modo que aqueles serviam de referência para estes. Foi solicitado aos participantes que assinalassem o quão cada imagem era atraente, em escala Likert de seis pontos (1 = Pouco atraente e 6 = Muito atraente). Os resultados indicaram que as faces masculinas e femininas com alto nível de atratividade se diferenciaram significativamente das com baixo nível de atratividade, possibilitando a realização do Estudo 3. O último estudo (Estudo 3) objetivou avaliar a influência dos valores humanos na percepção da atratividade, observando se há diferença entre homens e mulheres. Para tanto, contou-se com 240 sujeitos de uma rede social, distribuídos equitativamente entre as combinações fatoriais, com idades entre 16 e 56 anos ($m = 24,71$ e $dp = 6,79$), a maioria solteira (49,1%), heterossexual (92,1%) e católica (38,8%). Contou-se com um delineamento fatorial de 2 (sexo) x 2 (nível de atratividade) x 6 (subfunção valorativa). As combinações foram organizadas para garantir uma distribuição amostral equitativa entre si. Os participantes avaliaram o nível de atratividade de cada imagem combinada com uma subfunção valorativa. Além disso, responderam o Questionário de Valores Básicos, a Escala de Desejabilidade Social de Marlowe-Crowne, o Big Five Inventory e a Escala de Autoestima, além de perguntas demográficas (sexo, idade, classe socioeconômica, religião, orientação sexual, etc). Os resultados evidenciaram que as faces masculinas muito e pouco atraentes com valores de experimentação apresentaram pontuações significativamente menores do que suas correspondentes no Estudo 2. Além disso, as pontuações entre as faces femininas muito atraentes acompanhadas dos valores e suas correspondentes no Estudo 2 não apresentaram diferenças significativas. Os resultados encontrados parecem suficientes para afirmar que, para esta amostra, os valores humanos, por meio do mecanismo de seleção de parceiros, alteram a percepção da atratividade. Por fim, são sugeridas novas pesquisas para reaplicação destes achados.

Palavras-Chaves: Percepção da atratividade; Atratividade facial; Valores humanos; Mecanismos evolutivos; Mecanismo de seleção de parceiros.

ABSTRACT

This study aimed to know whether human values affect the way people perceive others as attractive. For this, three studies were conducted. At first, we tried to build a database of facial images, distributed by gender (male and female) and level of attractiveness (low and high). In this study, participated 264 subjects of a social network, with ages between 16 and 60 years ($m = 24$ and $sd = 6.31$), most women (62.5%), single (58.7%) and heterosexual (89.4%), which indicated, considering the profile pictures of a social network, the most and the least attractive images. We obtained a database of 528 images, and, after filtering involving six pre-established criteria, it was reduced to 160 images, divided equally by gender (male and female) and level of attractiveness (low and high). The second study evaluated the attractiveness level of the facial images collected in Study 1, seeking to identify differences between the attractiveness of the images. In this case, we considered 188 subjects from the general population, aged between 15 and 53 years ($m = 23.49$ and $sd = 5.96$), most women (51.9%), single (48.9%) and heterosexual (90.6%). The instrument consisted of booklets containing the facial images and answer sheets, the first as a reference for the sheets. Participants were asked to indicate the level of attractiveness of each image, in a six-point Likert scale (1 = Not attractive, 6 = very attractive). The results indicated that male and female faces with a high level of attractiveness differed significantly from the low attractiveness images, allowing the execution of Study 3. The final study (Study 3) evaluated the influence of human values in the perception of attractiveness and possible differences between men and women. This study involved 240 subjects with a social network, equally distributed between the factorial combinations, with ages between 16 and 56 years ($M = 24.71$ and $SD = 6.79$), mostly single (49.1%), heterosexual (92.1%) and Catholic (38.8%). Relied on a factorial design of 2 (gender) x 2 (level of attractiveness) x 6 (value subfunction). The combinations were organized to ensure an equitable distribution of the sample. Participants rated the level of attractiveness of each image combined with a value subfunction. Moreover, answered the Basic Values Questionnaire, the Social Desirability Scale of Marlowe - Crowne, the Big Five Inventory, the Self-Esteem Scale and demographic questions (gender, age, socioeconomic class, religion, sexual orientation, etc.). The results indicate that unattractive male faces with experimental values showed significantly lower scores than their counterparts in Study 2. Moreover, the scores between the very attractive female faces accompanied by the values subfunctions and their counterparts in Study 2 showed no significant differences. The results seem sufficient to affirm that, for this sample, human values, through the mechanism of mate selection, change the perception of attractiveness. Finally, further studies are suggested to reevaluate these findings.

Keywords: Perception of attractiveness; Facial attractiveness; Human values; Evolutionary mechanisms; Mate selection mechanism.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Comparação de médias dos níveis de atratividade por sexo (N = 188).....	45
Tabela 2 - Caracterização da amostra (N = 240)	50
Tabela 3 - Distribuição das subfunções valorativas por sexo e nível de atratividade. ...	51
Tabela 4 - Comparação de médias da atratividade de homens muito atraentes	56
Tabela 5 - Comparação de médias da atratividade de homens pouco atraentes	57

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Facetas, dimensões e subfunções dos valores básicos.....	32
Figura 2 - Estrutura da congruência das subfunções dos valores básicos.	33

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	126
2. ATRATIVIDADE.....	20
2.1 O conceito de Atratividade.....	22
2.2 Fatores psicossociais explicativos da percepção da atratividade	24
3. VALORES HUMANOS.....	28
3.1 Teoria Funcionalista dos Valores Humanos.....	30
3.2 Valores Humanos e Percepção da Atratividade	34
4. ESTUDO I – Seleção das imagens faciais.....	38
4.1 Método	39
<i>4.1.1 Amostra.....</i>	<i>39</i>
<i>4.1.2 Instrumentos</i>	<i>39</i>
<i>4.1.3 Procedimentos</i>	<i>39</i>
4.2 Análise dos dados	40
4.3 Resultados.....	40
4.4 Discussão.....	40
5. ESTUDO II – Imagens faciais e atratividade.....	43
5.1 Método	44
<i>5.1.1 Amostra.....</i>	<i>44</i>
<i>5.1.2 Instrumentos</i>	<i>44</i>
<i>5.1.3 Procedimentos</i>	<i>45</i>
5.2 Análise dos dados	45
5.3 Resultados.....	45
5.4 Discussão.....	46
6. ESTUDO III – Valores e atratividade: uma relação possível?.....	47
6.1 Método	48
<i>6.1.1 Delineamento e hipóteses</i>	<i>48</i>
<i>6.1.2 Amostra.....</i>	<i>49</i>
<i>6.1.3 Instrumentos</i>	<i>50</i>
<i>6.1.4 Procedimentos</i>	<i>54</i>
6.2 Análise dos dados	55
6.3 Resultados.....	55
6.4 Discussão.....	58
7. CONCLUSÕES DO ESTUDO	63
7.1 Limitações da pesquisa.....	64
7.2 Principais resultados e contribuições.....	65
7.3 Direções futuras	66
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	68
ANEXOS	75

1. INTRODUÇÃO

Que características fazem uma pessoa atraente? A atratividade possui fatores universais? Variáveis psicossociais como valores e status socioeconômico podem tornar as pessoas mais ou menos atraentes? Em termos gerais, as respostas para tais questionamentos podem vir de diversos campos do saber. Entretanto, de modo mais particular, para a Psicologia Evolucionista, o sistema nervoso humano foi moldado pela seleção natural para considerar mais atraentes aquelas pessoas cujas características físicas identificam boas qualidades genéticas e reprodutivas (GALLUP, Jr.; FREDERICK, 2010). Desta forma, em função da necessidade que as espécies têm de perpetuar genes cada vez mais “puros”, a atratividade passou a desempenhar um papel importante na evolução dos seres humanos, uma vez que, segundo essa perspectiva, as pessoas direcionam seus desejos sexuais para outras cujas características indicam boa genética e alta capacidade de reprodução (GELDART, 2010).

De fato, estudos apontam que, em diversas culturas, características consideradas atraentes apresentam relação com a qualidade genética e reprodutiva de seres humanos (OBERZAUCHER; GRAMMER, 2009; GALLUP, Jr.; FREDERICK, 2010; GELDART, 2010). Nesse contexto, destacam-se, por exemplo, o tamanho proeminente dos seios em mulheres, que sinaliza reserva energética para a prole e boa capacidade de ovulação (SYLWESTER; PAWLOWSKI, 2011); a presença de musculatura definida em homens, indicando níveis saudáveis de testosterona (FREDERICK *et al*, 2010); uma pele macia e sem manchas, que sugere ausência de doenças e equilíbrio fisiológico na puberdade (SUGIYAMA, 2005); e a tonalidade da voz, por dar indícios de características hormonais (SAXTON; CARYL; ROBERTS, 2006). Dentre as características faciais, destacam-se, em mulheres, queixo afilado, bochechas salientes e lábios carnudos e, em homens, mandíbulas largas, sobrancelhas grossas e olhos pequenos, traços que, por serem observados em diversas culturas e estarem relacionados a níveis hormonais, corroboram o pressuposto evolucionista (BAUDOUIN; TIBERGHEIN, 2004; GELDART, 2010).

Como se observa, sob a ótica da evolução, a atratividade se constitui como um fenômeno universal, em que a escolha do parceiro é influenciada pela observação de características associadas à possibilidade de sucesso reprodutivo (GALLUP, Jr.; FREDERICK, 2010). No entanto, é preciso reconhecer que tais características não ocorrem “no vácuo”, sendo, portanto, a atratividade constituída também por fatores psicossociais. Estudos recentes observaram, por exemplo, que: a personalidade é capaz

de alterar os níveis de atratividade de faces humanas (SWAMI *et al*, 2010); o status socioeconômico influencia mais as mulheres do que os homens na escolha do parceiro (HA; OVERBEEK; ANGELS, 2010); e os níveis de inteligência contribuem para explicar o modo como a atratividade é percebida, principalmente quando considerados relacionamentos de longo prazo (KANAZAWA, 2011; MOORE; FILIPPOU; PERRETT, 2011). Estas evidências podem ser explicadas a partir do pressuposto de que fatores psicossociais, em geral, podem estar conectados às características evolutivas. É possível que homens bem adaptados ao meio em que vivem tenham maior probabilidade de apresentar status socioeconômico elevado, e pessoas com níveis altos de inteligência tendam a fazer escolhas que garantam a sobrevivência da prole. Neste sentido, conjectura-se que construtos como os valores humanos também estejam relacionados com variáveis evolutivas, o que releva a sua importância para a explicação da atratividade.

Segundo Gouveia (2012), os valores humanos representam cognitivamente as necessidades humanas, que, resultantes de um processo evolutivo, tornaram-se ligadas à sobrevivência (i.e., comida, água) e à reprodução (i.e., pertencimento, amor). Dessa forma, uma vez que a atratividade está relacionada à capacidade reprodutiva (GALLUP, Jr.; FREDERICK, 2010), é razoável pensar, por exemplo, que homens que priorizam valores interacionais (ou seja, que apresentam necessidades de pertença, amor e afiliação) tendem a comprometer-se em relacionamentos de longo prazo, indicando alta probabilidade de proporcionar recursos e cuidados à prole, característica considerada, segundo o pressuposto evolucionista, atrativa às mulheres (SYLWESTER; PAWLOWSKI, 2011).

Por outro lado, mulheres que priorizam valores de experimentação (ou seja, que apresentam necessidades de emoção, prazer e sexualidade) tendem a ter mais parceiros, o que indica maior facilidade para a perpetuação dos genes por parte dos homens (SYLWESTER; PAWLOWSKI, 2011). Portanto, os valores, enquanto princípios-guia do comportamento humano (ROKEACH, 1973; GOUVEIA, 2003), podem fornecer informações úteis em relação ao modo como são priorizados aspectos que envolvem sobrevivência e reprodução. Neste sentido, considerando que cada pessoa apresenta prioridades axiológicas específicas (i.e. interacional, normativa, experimentação), pode-se pensar que existem valores que influenciam a percepção da atratividade.

No entanto, apesar do número expressivo de publicações que identificam e relacionam variáveis psicossociais com percepção da atratividade, ainda são escassos os estudos cujo principal objetivo envolve a influência dos valores humanos neste construto. Esse aspecto justifica a realização do presente estudo, cujo objetivo principal é conhecer em que medida os valores humanos influenciam a percepção da atratividade. Mais especificamente, procurar-se-á identificar os níveis de atratividade em imagens faciais em função dos aspectos físicos, e estimar em que medida os valores humanos alteram estes níveis. Para atender aos objetivos propostos, esta monografia se estrutura em duas partes: a primeira, teórica, envolve os capítulos 1 e 2, referentes aos conceitos e à operacionalização da atratividade e dos valores humanos, respectivamente; e a segunda, nomeada de parte empírica, dividida em três estudos, que terão o objetivo de: selecionar imagens faciais (*Estudo 1*); avaliar o nível de atratividade das imagens coletadas (*Estudo 2*); e estimar a influência dos valores humanos na percepção da atratividade (*Estudo 3*). Finalmente, apresentam-se a discussão e a conclusão (*Capítulos 6 e 7*), indicando os principais resultados, as possíveis limitações da pesquisa e algumas sugestões para estudos futuros.

2. ATRATIVIDADE

A atratividade é um fenômeno que chama a atenção de artistas, filósofos e cientistas. Entretanto, em função de sua proximidade com o conceito de beleza, é possível observar que os dois termos se confundem em diversos momentos históricos. Isso, provavelmente, deve-se ao fato de que beleza possui uma definição ampla, sendo possível perceber, inclusive, que se modifica em função dos contextos históricos (SOUZA, 2004; GELDART, 2010).

Platão (428-347 a.C), em *O Banquete* (380 a.C), procura estabelecer uma relação entre a beleza e o amor, entendendo que existe a beleza real e a beleza moral, relacionadas, a primeira, ao amor físico e, a segunda, ao amor espiritual. Ainda neste período, os escritos da poetisa grega Safo (630-612 a.C) definiram a atratividade como uma relação entre beleza e qualidades positivas. No Renascimento, um novo padrão de beleza pregava que, em mulheres, a magreza era sinal de pobreza, e que a mulher ideal renascentista deveria ser voluptuosa e loira (SOUZA, 2004). Nesta mesma época, Leonardo da Vinci (1452-1519), retomando os estudos de Fibonacci, desenharia uma representação humana baseada nas proporções áureas, conhecida como *homem vitruviano*, legitimando a visão antropocêntrica da beleza na época. Séculos depois, segundo Souza (2004), a Era Vitoriana desenvolveria sua própria concepção de beleza, que tinha por característica a valorização da naturalidade, da higiene e dos costumes da nobreza. Já no século XX, destacam-se as mudanças observadas na década de 70, em que o movimento *hippie* passa a questionar, dentre outras coisas, os parâmetros estéticos exigidos pela sociedade. Para Souza (2004), estes questionamentos formaram a ideia de que a beleza estaria voltada à “juventude” e ao “espírito de liberdade”, e, associada às demandas capitalistas, desenvolveria o mercado da moda nas décadas subsequentes.

Observando as referências históricas, percebe-se que o conceito de beleza se modifica em função da cultura, e que, portanto, independe de fatores evolutivos. A atratividade, entretanto, parece interagir de modo diferente com estes fatores. No campo da ciência, diversos autores têm se preocupado em entender este conceito (PAUNONEN, 2006; BACK *et al*, 2011; GELDART, 2010; SWAMI *et al*, 2010). Geldart (2010), por exemplo, diferencia os termos “atratividade” e “beleza”, enfatizando que a beleza se refere a características bem adaptadas ao contexto social, ao passo que a atratividade pode ser encontrada em características que despertam desejo

sexual. Neste sentido, parece pertinente perguntar: qual o conceito de atratividade e que fatores a explicam?

2.1 O conceito de Atratividade

Por que o açúcar é doce? A doçura não é uma característica inerente ao açúcar, entretanto, sabe-se que o açúcar é uma excelente fonte de calorias. Indivíduos que desenvolveram mecanismos neurológicos para perceber o açúcar como doce e, portanto, agradável, tiveram uma vantagem adaptativa por conseguirem identificar um alimento com alto potencial calórico. Da mesma forma, a atratividade não é inerente às pessoas, mas percebida porque os seres humanos desenvolveram mecanismos neurológicos capazes de identificar características relacionadas à qualidade genética e reprodutiva, podendo, assim, selecionar parceiros em potencial (GALLUP, Jr.; FREDERICK, 2010).

Entretanto, nem toda a percepção da atratividade é constituída de fatores evolutivos. Sabe-se, por exemplo, que fatores psicossociais como a personalidade (SWAMI *et al*, 2010), o status social (HA; OVERBEEK; ANGELS, 2010) e a inteligência (KANAZAWA, 2011; MOORE; FILIPPOU; PERRETT, 2011) são capazes de alterar o modo como a atratividade é percebida. Neste sentido, torna-se plausível pensar que a percepção da atratividade é constituída, principalmente, por fatores evolutivos e psicossociais (SWAMI *et al*, 2010). No entanto, não há consenso acerca do modo que estes fatores se relacionam com a percepção da atratividade. De acordo com Langlois *et al*. (2000), as teorias evolucionistas propõem três mecanismos que se apresentam relevantes para a compreensão deste fenômeno, a saber:

a) *Mecanismo da seleção de parceiros* (LANGLOIS *et al.*, 2000; GALLUP, Jr.; FREDERICK, 2010). Os homens tendem a escolher mulheres que possam perpetuar seus genes e que, para isso, apresentem boa capacidade de reprodução. Desta forma, baseiam suas escolhas priorizando os aspectos físicos, pois características físicas consideradas atraentes têm relação com a capacidade reprodutiva. Por outro lado, as mulheres tendem a escolher homens que sejam capazes de obter recursos e de garantir a saúde de sua prole. Assim, tendem a priorizar, em homens, aspectos psicossociais que identifiquem estas capacidades. Por exemplo, segundo Langlois *et al* (2000, p.394) “homens inteligentes têm maior probabilidade de adquirir recursos para a prole” e, por isso, “mulheres atraentes tendem a escolher homens inteligentes”.

b) *Mecanismo da boa genética dos indivíduos* (LITTLE *et al*, 2001; GALLUP, Jr.; FREDERICK, 2010). Os aspectos físicos considerados atraentes influenciam as relações humanas por serem indicativos de boa saúde, pois podem indicar estabilidade fisiológica e níveis hormonais favoráveis à reprodução (GALLUP, Jr.; FREDERICK, 2010). Em função disso, uma vez que uma genética relacionada à boa saúde é fundamental para a sobrevivência dos indivíduos, os aspectos físicos parecem ser igualmente importantes para a percepção da atratividade em ambos os sexos, ao contrário do que propõe o mecanismo da seleção de parceiros.

c) *Mecanismo do investimento parental* (LANGLOIS *et al*, 2000). Os pais tendem a priorizar os filhos que apresentam boa genética e capacidade reprodutiva, pois estes têm maior probabilidade de conseguir perpetuar seus genes. Sob tal perspectiva, indivíduos que são tratados de modo específico pelos pais, desenvolvem comportamentos também específicos, contribuindo para o desenvolvimento de um perfil psicossocial. Assim, segundo Langlois *et al* (2000, p.394), este mecanismo propõe que “indivíduos muito atraentes devem apresentar comportamentos e traços mais positivos que indivíduos pouco atraentes”. Desta forma, segundo este mecanismo, é possível pensar a percepção da atratividade relacionada a perfis psicossociais específicos.

Adicionalmente, Langlois *et al* (2000), em uma metanálise envolvendo estudos acerca destes três mecanismos, identificou que as teorias evolucionistas pressupõem alta concordância intercultural de quem é ou não atrativo (GANGESTAD; SIMPSON, 2000; GALLUP, Jr.; FREDERICK, 2010). Isso pode ser explicado porque, de acordo com Langlois (2000, p.393), “os seres humanos desenvolveram um padrão universal de atratividade”, e que, portanto, não deve variar entre culturas. Esta observação vem sendo comprovada em diversos outros estudos (GANGESTAD; SIMPSON, 2000; RHODES, 2006; GALLUP, Jr.; FREDERICK, 2010). Desta forma, considera-se que: a) a atratividade exerce influência significativa nas relações interpessoais; b) a atratividade possui um padrão universal determinado por fatores evolutivos e psicossociais; e, c) em função de um tratamento parental diferenciado, pessoas atraentes tendem a apresentar determinados perfis psicossociais. Contudo, estes mecanismos, por deterem-se na explicação dos componentes da atratividade, não constituem nem limitam toda a compreensão de seu conceito. Neste caso, parece pertinente perguntar: Como os fatores psicossociais alteram a percepção da atratividade?

2.2 Fatores psicossociais explicativos da percepção da atratividade

Cada vez mais, afirmações como “características não-físicas podem influenciar a percepção da atratividade física” (SWAMI *et al.*, 2010, p. 640) têm estado presentes entre os estudos acerca da atratividade. De fato, diversos autores identificam a relação entre percepção da atratividade e fatores psicossociais (LEWANDOWSKI; ARON; GEE, 2007; JUDGE; HURST; SIMON, 2009; LEDER *et al.*, 2010; MEIER *et al.*, 2010; HA; OVERBEEK; ENGELS, 2010; KANAZAWA, 2011; MOORE; FILIPPOU; PERRETT, 2011;). Destes fatores, destacam-se na literatura, de modo especial, a inteligência, o status social e a personalidade.

Para Moore, Filippou e Perrett (2011, p.215), inteligência é uma característica evolutivamente desejável, pois “pode conferir vantagens como inteligência herdada à prole, senso de humor e alta probabilidade de obtenção de recursos”. Estudos têm demonstrado correlações positivas entre inteligência e indicadores de boa genética e capacidade reprodutiva, como qualidade do sêmen (ARDEN *et al.*, 2009), saúde física (BATTY; DEARY; GOTTFREDSON, 2007) e expectativa de vida (GOTTFREDSON; DEARY, 2004; JOKELA *et al.*, 2009). Em relação ao segundo fator, Ha, Overbeek e Engels (2010), avaliando a influência do status social e da atratividade física no desejo de relacionar-se, observaram que as mulheres apresentam maior desejo de relacionar-se com homens que possuem alto status social. Por outro lado, em homens, o status social é capaz de alterar o desejo de relacionar-se somente quando as mulheres são fisicamente atraentes, ou seja, conclui-se que homens priorizam os aspectos físicos, ao passo que as mulheres priorizam características relacionadas à capacidade de obter recursos e de cuidar da prole, o que corrobora o mecanismo de seleção de parceiros (LANGLOIS *et al.*, 2000; GALLUP, Jr.; FREDERICK, 2010).

Considerando outros fatores psicossociais importantes para a explicação da percepção da atratividade, Tokumaru *et al.* (2010), observando o efeito da infidelidade sobre a atratividade facial de homens e mulheres, observaram que as mulheres percebem os homens infiéis como menos atraentes, ao passo que, em relação aos homens, a infidelidade pouco alterou a percepção da atratividade. Para explicar esta diferença entre os sexos, o autor recorre à Teoria de Estratégias Sexuais (BUSS; SCHMITT, 1993), que defende mecanismos evolutivos diferenciados para homens e mulheres, como, por exemplo, o mecanismo de seleção de parceiros (LANGLOIS *et al.*, 2000; GALLUP, Jr.; FREDERICK, 2010). Considerando este mecanismo, parece

coerente que homens infiéis apresentam menor potencial de manter relacionamentos de longo prazo e, por conseguinte, apresentam menor probabilidade de prover recursos e cuidados à prole.

Vale citar, ainda, Albada, Knapp e Theune (2002), que observaram em que medida a interação social altera a percepção da atratividade. Os resultados indicaram que os níveis de atratividade apresentam diferenças antes e depois da interação social, para ambos os sexos. Entretanto, segundo os autores, a interação social influenciou mais as mulheres do que os homens, indicando que mulheres são mais propensas a alterar o modo como percebem a atratividade em função da interação social. Tendo em conta o mecanismo de seleção de parceiros (LANGLOIS *et al.*, 2000; GALLUP, Jr.; FREDERICK, 2010), é possível pensar que os homens, por se deterem mais às características físicas do que as mulheres, sofrem menos influência da interação social na percepção da atratividade.

Para avaliar a influência da personalidade na percepção da atratividade, Swami *et al* (2010) consideraram dois polos de cada um dos cinco grandes fatores de personalidade (por exemplo, extroversão/introversão, neuroticismo/estabilidade). Utilizando imagens de ambos os sexos que variavam em função das categorias do índice de massa corporal (IMC), onze grupos foram organizados, a saber, o grupo sem descrições de personalidade e dez grupos referentes à combinação das imagens com as descrições de personalidade. Os resultados indicaram que as imagens sem descrições de personalidade que foram consideradas pouco atraentes, quando combinadas com polos positivos dos fatores de personalidade, passaram a compor o grupo das imagens muito atraentes. Desta forma, pode-se pensar que pessoas pouco atraentes, quando acompanhadas de uma personalidade com polo positivo, tornam-se mais atraentes (SWAMI *et al*, 2010).

Com base nestas informações, parece pertinente considerar que, além dos pressupostos da Psicologia Evolucionista, existem variáveis psicossociais que se apresentam como determinantes na percepção da atratividade. Neste sentido é coerente pensar que construtos correlatos da inteligência, do status social e da personalidade, como é o caso dos valores humanos, também se apresentem como fatores explicativos da percepção da atratividade. Roccas *et al* (2002), em estudo envolvendo personalidade e valores humanos, observou correlação entre os cinco grandes (*Big Five*) e os valores humanos como propostos por Schwartz (1992), e identificou que traços de

personalidade como extroversão e amabilidade tendem a correlacionar-se, respectivamente, com valores de realização e estimulação, e tradição e benevolência.

Outros estudos também apontam para uma relação entre personalidade e valores (ROCCAS *et al*, 2002; FURNHAM *et al*, 2005; CAPRARA *et al*, 2006; STANKOV, 2007). Para Caprara *et al* (2006), traços de personalidade descrevem como as pessoas são, ao passo que os valores referem-se ao que as pessoas consideram importante. Desta forma, os valores estão correlacionados com traços de personalidade, sobretudo, porque “as pessoas tendem a se comportar de maneira consistente com seus valores” (ROKEACH, 1973). Para Roccas *et al* (2002, p.791), traços de personalidade são capazes de alterar os valores, uma vez que “pessoas que apresentam determinados comportamentos tendem a elevar a importância de valores que os justifiquem”. Deste modo, conclui-se que valores e traços de personalidade sofrem influência mútua (ROCCAS *et al*, 2002). Nesta direção, conjectura-se que os valores sejam, também, capazes de alterar a percepção da atratividade, ou seja, que pessoas pouco atraentes, em função de suas prioridades valorativas, possam tornar-se mais atraentes.

De fato, os valores humanos têm se apresentado como um construto importante em Psicologia Social (ROKEACH, 1981; GOUVEIA, 2012). Neste campo, identificam-se estudos que relacionam valores com temas clássicos, como: a) atitudes e comportamento, em que valores e atitudes compõem um modelo explicativo dos comportamentos (ROKEACH, 1981; AJZEN, 2001); b) personalidade, que, como já dito, relaciona-se de maneira mútua com valores humanos (ROCCAS *et al*, 2002; CAPRARA *et al*, 2006); c) individualismo e coletivismo (GOUVEIA *et al*, 2003), em que as prioridades valorativas se apresentam nas culturas de modo diferente em função dos níveis de individualismo e de coletivismo, d) identidade social (GOUVEIA *et al*, 2002), explicada por um perfil valorativo comum entre culturas, a saber, valores normativos, e) preconceito (VASCONCELOS *et al*, 2004), que pode ser predito por valores suprapessoais e de realização, e g) religiosidade (SCHWARTZ; HUISMANS, 1995), em que é observado um perfil valorativo comum em amostras de diversas religiões.

Não obstante a sua relevância, é preciso reconhecer que, no campo de estudo da atratividade, os valores têm sido negligenciados. A exceção do estudo de Buss *et al* (2001), não se encontrou qualquer publicação relacionando este construto com a percepção da atratividade, o que justifica a realização da presente monografia. Contudo,

deve-se reconhecer que compreender a relação entre valores e atratividade sem uma teoria prévia que a explique, apresenta-se como um desafio. No entanto, com base nos estudos desenvolvidos por Langlois et al. (2000), mais especificamente, no mecanismo de seleção de parceiros, parece possível, sem deixar de reconhecer o caráter heurístico dessa proposição, estabelecer algumas associações entre os valores humanos e a percepção da atratividade. Ao mesmo tempo, antes de discorrer mais sobre tais conjecturas, torna-se necessário apresentar, ainda que de forma resumida, um pouco acerca dos valores e, mais especificamente, da teoria que embasa a presente monografia.

3. VALORES HUMANOS

Segundo Gouveia (2012, p.64), os valores humanos “têm sido praticamente os mesmos desde as civilizações antigas”, embora “priorizados de formas variadas”. Esta afirmação é corroborada pelo fato de que os valores podem ser observados em diversos momentos históricos. É possível observar nas civilizações gregas (800 a.C), por exemplo, a valorização da arte, da música e da literatura que, segundo esse autor, compõem os valores suprapessoais. Na Roma antiga, em função do avanço cultural e jurídico, foram priorizados valores como beleza, êxito, conhecimento e justiça social (GOUVEIA, 1998). Na Idade Média, percebe-se a oposição entre o rei, que representava valores de poder e tradição, e o clero, que, redigindo a *Magna Charta Libertatum* de 1215, anunciava a preocupação com a justiça e a liberdade (GOUVEIA, 2012). Já no século XIX, os ingleses, migrando para a América, compuseram a Declaração de Direitos do Bom Povo de Virgínia, orientados pelos princípios de igualdade e liberdade.

Desta forma, para Gouveia (2012, p.68), “parece evidente que os valores [...] existem desde a época em que o homem, na pré-história, abandonou o refúgio das cavernas e se ergueu de pé”. Entretanto, embora os valores se constituam como universais e atemporais, as primeiras tentativas de sistematização dos valores humanos só vieram a ocorrer com Rokeach (1973). Rokeach (1973, p.20) sugere que “os valores são representações cognitivas e transformações das necessidades”, e classifica os 36 valores por ele identificados em terminais, que se referem aos estados finais de existência (por exemplo, felicidade, liberdade, igualdade), e instrumentais, que dizem respeito a modos de comportamento (por exemplo, obediência, amor, coragem). Esta sistematização trouxe avanços significativos para o estudo dos valores humanos (SANTOS, 2008).

Desde então, algumas teorias acerca dos valores humanos têm sido desenvolvidas, por exemplo, a de Inglehart (1977) e a de Schwartz (1992), entretanto, no contexto brasileiro, uma das teorias que mais apresenta relevância na compreensão deste construto é a Teoria Funcionalista dos Valores Humanos (GOUVEIA, 2003; GOUVEIA *et al*, 2009). Em consonância com premissas de teóricos como Rokeach (1973), Maslow (1954), Kluckhohn (1951) e Thomas e Znaniecki (1958), a Teoria Funcionalista dos Valores se destaca pela parcimônia em relação a teorias prévias, sendo “uma forma sistemática, parcimoniosa e integradora de pensar acerca dos valores humanos” (GOUVEIA *et al*, 2011, p.309). Ao longo dos anos, diversos estudos têm

corroborado a adequação deste modelo em um número significativo de amostras e contextos (GOUVEIA *et al*, 2011; MEDEIROS, 2011), bem como sua relação com outros construtos (MAIA, 2000; COELHO Jr., 2001; FORMIGA, 2002; PIMENTEL, 2004; VASCONCELOS, 2004; CHAVES, 2006). Portanto, sem deixar de reconhecer as contribuições dos modelos propostos por outros autores, a presente monografia toma como referência para compreensão dos valores a Teoria Funcionalista dos Valores Humanos proposta por Gouveia e seus colaboradores (GOUVEIA, 2003; GOUVEIA *et al*, 2009, 2011).

3.1 Teoria Funcionalista dos Valores Humanos

Em sua revisão dos principais referenciais teóricos no campo dos valores, Gouveia (1998) identificou que, em geral, os modelos sobre valores não apresentam critérios para identificar a fonte e a natureza deste construto. Segundo ele, raramente as propostas teóricas partem de uma concepção de *homem*, o que pode sugerir a composição de uma lista de valores tanto positivos como negativos (contra-valores). Além disso, destaca que autores como Schwartz (1992) incluem, em seus modelos, valores sem conteúdo ou direção clara (por exemplo, limpo) e omitem outros de fundamental importância, como critérios de orientação do comportamento (por exemplo, sobrevivência). Rokeach (1973), de quem Schwartz deriva 40% dos valores utilizados em seu modelo, assume que a eleição dos valores que compõem seu instrumento foi intuitiva. Inglehart (1990), apesar de reconhecer a teoria das necessidades de Maslow como a base de sua teoria, não intenciona, com seu modelo, prever comportamentos sociais, mas comparar culturas, por meio de uma dimensão bipolar dos valores (materialismo e pós-materialismo).

Partindo destas críticas, mas sem deixar de reconhecer as contribuições dos modelos existentes, Gouveia (1998, 2003, GOUVEIA *et al*, 2011) propõe um modelo alternativo, mais parcimonioso e que, apesar de ainda pouco difundido no contexto internacional, tem apresentado padrões satisfatórios de adequação. De acordo com Gouveia *et al* (2008b), os valores são critérios de orientação que guiam as ações do homem e expressam as suas necessidades básicas. Sua concepção de valores inclui três suposições teóricas, a saber: (1) assume a natureza benevolente do ser humano; (2) os valores são representações cognitivas das necessidades individuais, demandas da sociedade e institucionais, que restringem os impulsos pessoais e asseguram um

ambiente estável e seguro; e (3) todos os valores são terminais, ou seja, expressam um propósito em si, sendo definidos como substantivos.

O modelo acerca da natureza motivacional dos valores humanos, desenvolvido por Gouveia, tem como foco principal as funções dos valores. Este autor aponta que são poucos os estudos que fazem referência a este aspecto, e, a partir da análise dessas publicações, identifica duas funções consensuais dos valores: eles guiam as ações do homem (tipo de orientação) e expressam suas necessidades (tipo de motivador). Outro aspecto inovador do modelo se refere à inclusão do critério de orientação central. Rokeach (1973) divide os valores terminais em sociais, que compreendem àqueles de caráter interpessoal, e pessoais, considerados de foco intrapessoal. Revisando estudos empíricos sobre o tema, Gouveia (2003) observou que alguns valores figuram entre e são congruentes com os pessoais e sociais; tais valores são denominados por ele de *centrais*, indicando seu caráter central ou adjacente.

Segundo este autor, embora não haja uma correspondência perfeita entre necessidades e valores, é possível identificá-los como expressões das necessidades humanas; todos os valores podem ser classificados em termos *materialistas* (pragmáticos) ou *humanitários* (idealistas). Valores materialistas referem-se a ideias práticas, e a ênfase nestes valores implica numa orientação para metas específicas e regras normativas. Valores humanitários demonstram uma orientação universal, baseada em princípios mais abstratos e ideias. Tais valores são coerentes com um espírito inovador, sugerindo menos dependência de bens materiais. A partir destas considerações, Gouveia *et al* (2011) apresentam a estrutura teórica de seu modelo de valores.

As duas dimensões funcionais dos valores formam dois eixos principais, sendo o eixo horizontal correspondente ao *tipo de orientação* e o vertical ao *tipo de motivador*. Tais dimensões podem ser combinadas em uma estrutura três por dois, ou seja, com três critérios de orientação (social, central e pessoal) e dois tipos de motivadores (materialistas e humanitários), compondo seis quadrantes: social-materialista, social-humanitário, central-materialista, central-humanitário, pessoal-materialista e pessoal-humanitário. A partir das interações dos valores ao longo dos eixos, são identificadas seis subfunções, distribuídas equitativamente nos critérios de orientação *social* (interacionais e normativos), *central* (suprapessoal e existência) e *pessoal* (experimentação e realização). Deste modo, os tipos de motivadores são representados

por meio de três subfunções cada: no tipo materialista, localizam-se os valores de *existência*, *realização* e *normativos*, e, no humanitário, os *suprapessoais*, de *experimentação* e *interacionais*. Uma apresentação esquemática destas interações pode ser observada na Figura 1, sendo a descrição de cada uma das subfunções apresentada em seguida.

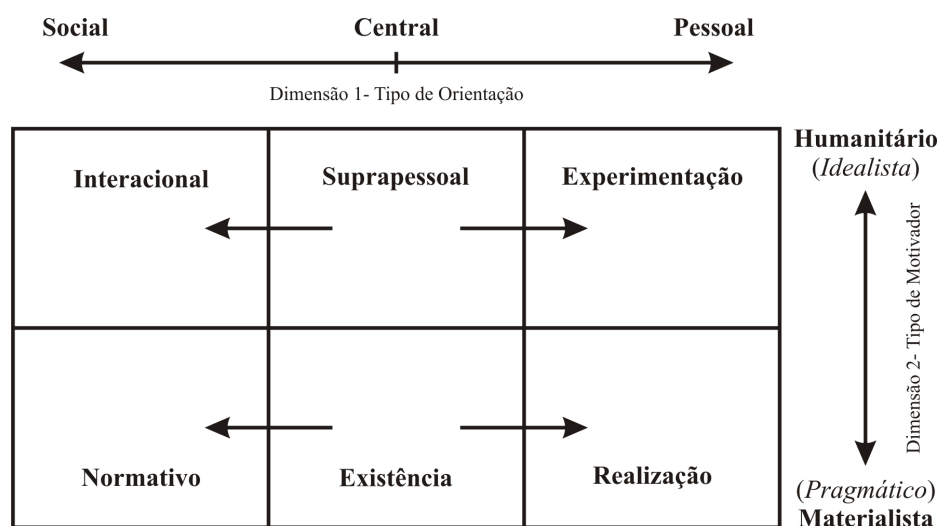


Figura 1 - Facetas, dimensões e subfunções dos valores básicos.

Valores de Existência. São compatíveis com as orientações social e pessoal dentro do domínio motivador materialista; o propósito principal destes valores é assegurar as condições básicas de sobrevivência biológica e psicológica. Estes valores são referência para os valores de realização e normativos, e são os mais importantes na representação do motivador materialista (*estabilidade pessoal, saúde e sobrevivência*).

Valores de Realização. Representam o motivador materialista com orientação pessoal; pessoas orientadas por tais valores são focadas em realizações materiais e buscam praticidade em decisões e comportamentos (*êxito, poder e prestígio*).

Valores Normativos. Expressam uma orientação social, sendo focados em regras sociais, e um princípio-guia materialista, que reflete a importância da preservação da cultura e das normas sociais. Estes valores enfatizam a vida social, a estabilidade grupal e o respeito por símbolos e padrões culturais que prevaleceram durante anos. A obediência é valorizada acima de qualquer coisa (*obediência, religiosidade e tradição*).

Valores Suprapessoais. Apresentam orientação central e motivador humanitário. Os seres humanos possuem uma necessidade biológica por informação (curiosidade) que os conduzem a uma melhor compreensão e domínio do mundo físico e social. Esta

subfunção é referência para os valores interacionais e de experimentação, e é a mais importante na representação do motivador humanitário (*beleza, conhecimento e maturidade*).

Valores de Experimentação. São representados pelo motivador humanitário, com uma orientação pessoal; contribuem para a promoção de mudança e inovação na estrutura das organizações sociais (*emoção, prazer e sexualidade*).

Valores Interacionais. Correspondem às necessidades de pertença, amor e afiliação, enquanto estabelecem e mantêm as relações interpessoais do indivíduo. Representam o motivador humanitário com orientação social (*afetividade, apoio social e convivência*).

Finalmente, Gouveia *et al* (2011) apresentam a hipótese da congruência entre os valores; eles observaram que as correlações entre as subfunções dos valores são predominantemente positivas, podendo variar entre os indivíduos em termos de força. Segundos tais autores, apesar dos termos “congruência” e “compatibilidade” serem frequentemente tidos como sinônimos, é preciso fazer algumas considerações. Congruência refere-se à consistência interna do sistema funcional dos valores, já a compatibilidade sugere a validade discriminante destas subfunções em relação a critérios externos. No modelo, a congruência entre as subfunções dos valores pode ser representada pela figura de um hexágono (Figura 2).

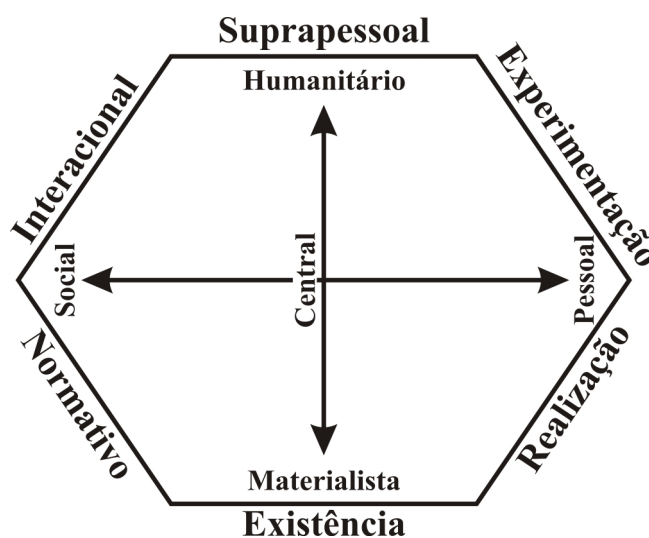


Figura 2 - Estrutura da congruência das subfunções dos valores básicos.

O hexágono sugere três níveis de congruência: (1) *Congruência baixa*. Concentra as subfunções que apresentam diferentes orientações e motivadores; estas se localizam em lados opostos do hexágono. Por exemplo, valores de experimentação e normativos, e valores de realização e interacionais. Os autores apontam que a baixa congruência deve-se ao princípio-guia relativamente independente destes grupos de valores; (2) *Congruência moderada*. Reúne as subfunções com o mesmo motivador, mas com orientações diferentes; corresponde aos pares de subfunções dos valores de realização-normativo e experimentação-interacional, cujas metas são extrínsecas e intrínsecas, respectivamente; e (3) *Congruência alta*. Agrupa os valores com a mesma orientação, mas com motivador diferente; esta corresponde aos pares experimentação-realização e normativo-interacional, situados em lados adjacentes do hexágono.

Gouveia *et al* (2011) ressaltam que os valores de existência e suprapessoais não foram incluídos na hipótese de congruência por duas razões teóricas. Primeiro, por serem valores centrais, estes apresentam correlações positivas e fortes com todas as outras subfunções; os valores de existência apresentam correlações mais fortes com os de realização e normativos, e os valores suprapessoais com os de experimentação e interacionais. Segundo, a não inclusão destas subfunções está relacionada com firme distinção teórica entre os valores; a diferença principal dentro do sistema de valores ocorre entre os sociais e pessoais, e não entre os materialistas e humanitários, porque aqueles refletem a unidade principal de sobrevivência (indivíduo ou sociedade). Como se pode constatar, a Teoria Funcionalista dos Valores Humanos apresenta um conjunto de vantagens frente a outros modelos acerca desse construto, o que reforça a sua utilização como referencial teórico na presente monografia.

3.2 Valores Humanos e Percepção da Atratividade

Estudos que relacionam valores humanos e atratividade ainda são escassos. Clawson e Vinson (1978), em análise histórica acerca dos valores humanos, identificou que, na teoria de valores proposta por Rokeach (1973), diversos valores não são contemplados (por exemplo, juventude, liderança, eficiência), incluindo-se aí a atratividade física. Os mecanismos da Psicologia Evolucionista (LANGLOIS *et al.*, 2000; GALLUP, Jr.; FREDERICK, 2010), também, recorrem pouco aos valores humanos para a explicação da atratividade. Entre os estudos acerca dos valores, encontrados após uma busca nas bases de dados do Google Acadêmico (2012),

utilizando como entrada os termos “atratividade”, “atratividade facial”, “valores” e “valores humanos”, em língua inglesa e portuguesa, sem limitar datas, apenas um trata a respeito deste tema (BUSS *et al*, 2001). Neste, os autores avaliaram, em amostras de diversos períodos entre 1939 e 1996, a “evolução cultural” dos valores em casais e, entre os aspectos analisados, inclui-se a “atratividade física”. Os resultados indicaram que a atratividade física em 1996 se apresentou mais importante se comparada a 1939.

Para Buss *et al* (2001), o “bombardeamento de imagens” e o “surgimento das mídia visuais (televisão, filmes, imagens de internet, realidade virtual)” contribuíram para “elevar o valor” que damos à atratividade física. Entretanto, a teoria acerca dos valores utilizada nesse estudo é a de Hill (1945), que identifica valores especificamente relacionados a casais (por exemplo, maturidade, estabilidade emocional, castidade pré-conjugal). Apesar de importante, este estudo pouco contribui para a compreensão da relação entre valores humanos e percepção de atratividade. A ausência de modelos integrativos entre valores e esse tipo de percepção, provavelmente, pode ser explicada pelo aparente isolamento dos pesquisadores em seus campos. Contudo, como já foi exposto, mesmo sem contar com um modelo teórico específico que integre estes construtos, é coerente pensar, como se tem comprovado com outras variáveis (personalidade, inteligência, status etc.), na existência de algum nível de relação entre eles.

Neste ponto, o leitor pode se perguntar: uma vez que não há modelos que integrem estes dois construtos, é possível explicar a relação entre eles? A resposta é sim, recorrendo ao modo como alguns correlatos dos valores se relacionam com atratividade. Construtos como inteligência (MOORE; FILIPPOU; PERRETT, 2011), status socioeconômico (HA; OVERBEEK; ENGELS, 2010), infidelidade (TOKUMARU *et al*, 2010), interação social (ALBADA; KNAPP; THEUNE, 2002) e personalidade (SWAMI *et al*, 2010) se relacionam com a atratividade e confirmam pelo menos um dos três mecanismos evolutivos revisados por Langlois *et al*. (2000). Cabe destacar que não é pretensão destes autores desconsiderar fatores culturais para a explicação da relação entre variáveis psicossociais e percepção da atratividade. Entretanto, padrões encontrados interculturalmente permitem pensar que esta relação pode ser explicada, antes, por fatores evolutivos.

Nesta direção, pode-se pensar a relação entre valores humanos e percepção da atratividade por meio do mecanismo adaptativo, identificado por Langlois *et al* (2000)

como “de seleção de parceiros”. Esta possibilidade não exclui os outros mecanismos, apenas reconhece que, ao menos na relação entre valores e atratividade, a explicação com base nos mecanismos da boa genética e de investimento parental é pouco consistente e, possivelmente, incoerente: o primeiro, por não considerar a relevância das variáveis psicossociais para a explicação da atratividade, defendendo, sobretudo, a qualidade genética como fator determinante; e o segundo, apesar de admitir a existência de alguma relação entre evolução e variáveis psicossociais, no campo dos valores, se apresenta pouco significativo.

Segundo Gouveia *et al* (2008), todos os valores são positivos e priorizados de formas diferentes pelas pessoas, entretanto, no campo evolucionista, é pouco provável que sejam mediados pelo mecanismo de investimento parental (LANGLOIS *et al*, 2000). Uma vez que tal mecanismo afirma que “indivíduos muito atraentes devem apresentar comportamentos e traços mais positivos que aqueles pouco atraentes” (LANGLOIS *et al*, 2000, p.394), o mecanismo de investimento parental não influenciaria de forma significativa os valores, pois, sob tal perspectiva, pessoas atraentes tenderiam a apresentar valores mais positivos. Contudo, segundo a Teoria Funcionalista (GOUVEIA *et al*, 2011), apesar dos valores serem todos positivos, é possível que a combinação destes resulte em traços ou comportamentos socialmente reprováveis (FORMIGA, 2003; PIMENTEL, 2004; VASCONCELOS, 2004; CHAVES, 2006; SANTOS, 2008).

Por outro lado, a explicação pautada no mecanismo da seleção de parceiros se apresenta mais consistente. Segundo este mecanismo (LANGLOIS *et al.*, 2000; GALLUP, Jr.; FREDERICK, 2010), as mulheres tendem a considerar variáveis psicossociais na identificação da capacidade dos homens de cuidar da prole, ao passo que os homens tendem a priorizar as características físicas das mulheres para avaliar a sua capacidade reprodutiva. Além disso, os valores humanos se apresentam como correlatos de variáveis psicossociais que tem a relação com percepção da atratividade explicada por este mecanismo. Assim, torna-se plausível pensar que a influência dos valores humanos na percepção da atratividade também possa ser explicada por este mecanismo.

Para avaliar esta relação, o método da pesquisa foi desenvolvido em três etapas. A primeira (Etapa 1) teve como objetivo coletar um conjunto de imagens de rostos e construir um instrumento para avaliar os níveis de atratividade de cada uma delas. A

Etapa 2 pretendeu avaliar os níveis de atratividade das imagens selecionadas e observar a existência de diferenças significativas entre seus níveis de atratividade. Finalmente, na Etapa 3, que corresponde ao estudo empírico (quase experimental) propriamente dito, buscou-se avaliar a influência dos valores humanos na percepção da atratividade dos rostos selecionados. Descrições mais específicas acerca dessas etapas podem se observadas no método a seguir.

4. ESTUDO I – Seleção das imagens faciais

O presente estudo teve como objetivo construir um banco de imagens faciais, distribuídas equitativamente em função do sexo (masculino e feminino) e do nível de atratividade (alto e baixo). Tal proposta se configura como uma condição fundamental para o desenvolvimento dos demais estudos da presente monografia, sendo suas especificidades apresentadas no método a seguir.

4.1 Método

4.1.1 Amostra

Contou-se com uma amostra não probabilística de 264 usuários do Facebook, com idades entre 16 e 60 anos ($m = 24$ e $dp = 6,31$), a maioria do sexo feminino (62,5%), solteira (58,7%), heterossexual (89,4%) e da região nordeste (74,4%). Com base na avaliação destes usuários, obteve-se um conjunto de 528 imagens, distribuídas igualmente entre pessoas consideradas atraentes e não atraentes, conforme os critérios pré-estabelecidos.

4.1.2 Instrumentos

Por meio da plataforma *Limesurvey* (<http://www.limesurvey.com>), elaborou-se um questionário on-line (Anexo I). Neste instrumento, os participantes deveriam indicar, observando as fotos de apresentação dos perfis da rede social Facebook, quais as imagens mais e menos atraentes. As respostas foram dadas por meio da digitação dos links, referentes aos perfis, em espaço reservado para cada imagem. Adicionalmente, após preencher os dois itens iniciais, solicitaram-se aos respondentes algumas informações de caráter biossociodemográfico como idade, sexo, estado civil, orientação sexual e local de residência (Estado).

4.1.3 Procedimentos

Para a coleta das imagens, escolheu-se como fonte o Facebook, por afirmar, no item 2, subitem 4, de sua declaração de direitos e responsabilidades, que o usuário, “ao publicar o conteúdo ou informações usando a configuração ‘todos’, (...) permite que todos, incluindo pessoas fora do Facebook, acessem e usem essas informações e as associem a ele (isto é, seu nome e a foto do perfil)” (FACEBOOK, 2012). Após a observação das questões legais para utilização das imagens, enviou-se, aleatoriamente,

para diversos usuários do Facebook, por meio de seus murais e caixas de mensagens, o link de acesso à pesquisa. Na ocasião, foram informados os objetivos e algumas referências (PAUNONEN, 2006; GALLUP, Jr.; FREDERICK, 2010; GELDART, 2010) que justificavam a realização do estudo, bem como a indicação de que todas as informações disponibilizadas pelo participante eram de caráter anônimo. Em função da possibilidade de mudança da foto do perfil, à medida que as pessoas indicavam um perfil, era realizada a coleta de sua imagem, correspondente à foto exposta na página principal, de modo que, ao final do processo, obtiveram-se 528 imagens.

4.2 Análise dos dados

Após o levantamento, foi realizada uma seleção das imagens envolvendo seis critérios, a saber: a) as fotos devem expor o rosto, incluindo, obrigatoriamente, as regiões das orelhas, do queixo e da testa; b) os rostos não devem ter acessórios que cubram ou alterem a sua fisionomia (por exemplo, óculos de sol, gorros, boné, maquiagem em excesso); c) a angulação do rosto deve estar de tal forma que seja possível a visualização das duas orelhas; d) a resolução horizontal da foto deve ser igual ou maior a 110 pixels, garantindo qualidade satisfatória da imagem após a impressão; e) as expressões devem variar entre a seriedade e um leve sorriso; e f) a idade aparente das pessoas deve variar entre 18 e 35 anos.

4.3 Resultados

A coleta resultou em um banco de 528 imagens, sendo que, após a seleção das imagens envolvendo os seis critérios previamente estabelecidos, houve uma redução para 160 imagens divididas equitativamente em função do sexo (masculino e feminino) e do nível de atratividade (alto e baixo).

4.4 Discussão

O objetivo do presente estudo foi construir um banco de imagens faciais, distribuídas equitativamente em função do sexo (masculino e feminino) e do nível de atratividade (alto e baixo). Neste sentido, construiu-se um banco composto por 160 imagens faciais. Uma vez construído o banco de imagens, principal objetivo desse

estudo, elaboraram-se os passos para a realização do Estudo 2, cuja descrição pode ser observada a seguir.

5. ESTUDO II – IMAGENS FACIAIS E ATRATIVIDADE

Esse estudo teve como objetivo avaliar em que medida as imagens faciais obtidas no Estudo 1 são atraentes. Em um segundo momento, buscou-se avaliar as diferenças entre os níveis de atratividade das imagens. Esta proposta se apresentou como condição *sine qua non* para a realização da última etapa da monografia (Estudo 3), suas especificidades são detalhadas no método.

5.1 Método

5.1.1 Amostra

Contou-se com uma amostra de 188 sujeitos da população geral, com idades variando entre 15 e 53 anos ($m = 23,49$ e $dp = 5,96$), sendo a maioria feminina (51,9%), solteira (48,9%) e heterossexual (90,6%).

5.1.2 Instrumentos

O instrumento, composto a partir das 160 imagens selecionadas no Estudo 1, possui duas versões, uma contendo 80 fotos de mulheres e outra contendo 80 fotos de homens, cada versão com 40 fotos consideradas no primeiro estudo como muito atrativas e 40 fotos pouco atrativas. Para evitar o efeito de exposição, a posição das imagens no caderno de apresentação foi escolhida de forma aleatória. Assim, para cada uma das versões (masculina e feminina), foram elaborados 10 cadernos, contendo, cada um, 80 imagens correspondentes a cada versão, distribuídas aleatoriamente. As ordens aleatórias foram obtidas por meio do site www.random.org. As imagens foram enumeradas de 01 a 80 e organizadas em cinco linhas de quatro colunas, totalizando vinte imagens por página, de modo que cada livreto possuía quatro páginas. Para a avaliação dos níveis de atratividade de cada imagem, contou-se com uma folha de respostas, com estrutura similar à dos livretos, à exceção de que, no lugar das imagens faciais coloridas, havia quadrados em branco com a numeração correspondente às imagens e a escala de atratividade. Desse modo, os livretos serviam de referência para que se fizesse a correspondência na folha de respostas, sendo compartilhados entre os respondentes. Para cada imagem, o participante deveria assinalar em que medida cada imagem facial era atraente em sua opinião, em uma escala *likert* variando de 01 (Pouco

atraente) a 06 (Muito atraente). Além disso, consideraram-se algumas questões sociobiodemográficas, como idade, sexo, orientação sexual e estado civil.

5.1.3 Procedimentos

A coleta dos dados ocorreu em lugares públicos, como shoppings, praias, centros culturais, e aeroportos. Para cada participante, foi dado um dos livretos contendo as imagens faciais e a folha de repostas, sendo solicitado que fizesse a correspondência entre as numerações das imagens do livreto e dos quadrados da folha de respostas para a avaliação dos níveis de atratividade. Foi garantido o caráter anônimo e confidencial de suas respostas, bem como convidado a assinar o termo de consentimento livre e esclarecido, que esclarece questões éticas e garante a voluntariedade do sujeito em participar da pesquisa.

5.2 Análise dos dados

Além das estatísticas descritivas (média, desvio padrão, frequência e porcentagem), para avaliar a possibilidade de ser dividir as imagens faciais em dois grupos com níveis de atratividade significativamente diferentes, inicialmente, organizaram-se as imagens faciais por sexo e calculou-se o percentil de cada uma delas. Depois, selecionaram-se as imagens correspondentes aos intervalos percentílicos 20-30 e 70-80, e compararam-se as médias de atratividade, para cada sexo. Estas análises foram efetuadas por meio do *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) 19.

5.3 Resultados

Os resultados indicaram que as faces masculinas com alto nível de atratividade ($m = 2,80$, $dp = 0,04$) se diferenciaram significativamente ($t = 66,83$, $p \leq 0,001$) das com baixo nível de atratividade ($m = 1,52$, $dp = 0,02$), e o mesmo ocorreu para as faces femininas ($t = 28,34$, $p \leq 0,001$), considerando as imagens com alto ($m = 3,68$, $dp = 0,15$) e com baixo ($m = 1,91$, $dp = 0,05$) nível de atratividade, como pode ser observado na Tabela 1.

Tabela 1 - Comparação de médias dos níveis de atratividade por sexo (N = 188)

Sexo	Nível de atratividade	<i>m</i>	<i>dp</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
Homens	Alto	2,80	0,04	66,83	$\leq 0,001$

	Baixo	1,52	0,02		
Mulheres	Alto	3,68	0,15	28,34	$\leq 0,001$
	Baixo	1,91	0,05		

Nesta direção, percebe-se que as imagens faciais muito e pouco atraentes, de fato, se diferenciaram significativamente entre si em função do nível de atratividade.

5.4 Discussão

Este estudo possibilitou a organização das imagens faciais masculinas e femininas, selecionadas no estudo anterior, em ordem crescente de atratividade. A utilização da escala de avaliação permitiu ir além das informações obtidas no Estudo 1, o que possibilitou a obtenção de informações mais precisas acerca dos níveis de atratividade de cada imagem, permitindo uma distribuição destas em intervalos percentílicos. Além disso, o estudo ainda possibilitou observar as diferenças entre os níveis de atratividade das imagens, com o objetivo de identificar se, de fato, as que correspondiam a intervalos percentílicos inferiores se diferenciavam, em nível de atratividade, das imagens de intervalos percentílicos superiores.

Os resultados encontrados são de suma importância para realização do Estudo 3, dado que o seu principal objetivo é analisar se os valores humanos alteram a forma como as pessoas avaliam a atratividade em outras. É preciso reconhecer que, sem um parâmetro anterior, esta avaliação se tornaria inviável ou inconsistente. Em síntese, uma vez comprovado que as imagens pouco atraentes são significativamente menos atraentes do que as imagens muito atraentes, torna-se possível a efetivação do Estudo 3, que será detalhado a seguir.

6. ESTUDO III – Valores e atratividade: uma relação possível?

Uma vez realizada as etapas anteriores, obtendo-se as imagens e suas respectivas avaliações, realizou-se o presente estudo, cujo principal objetivo foi avaliar a influência dos valores humanos na percepção da atratividade, observando se tal influência apresenta diferença na percepção de homens e de mulheres. Para tanto, contou-se com algumas das imagens obtidas nos estudos anteriores, manipulando os valores correspondentes às seis subfunções apresentadas por Gouveia (2011). Um detalhamento das especificidades deste estudo pode ser visualizado no método a seguir.

6.1 Método

6.1.1 Delineamento e hipóteses

O presente estudo obedeceu a um delineamento quase experimental, tendo sido manipulados a imagem apresentada ao respondente, o nível de atratividade pré-estabelecido nos estudos anteriores e as subfunções valorativas para duas amostras independentes, a saber, de homens e de mulheres. O delineamento fatorial resultante foi de 2 (*sexo: masculino ou feminino*) x 2 (*nível de atratividade: alto ou baixo*) x 6 (*subfunções valorativas: normativo, suprapessoal, existência, experimentação, realização e interacional*). A avaliação da atratividade (*O quanto você considera esta pessoa atraente?*) foi considerada como variável dependente (critério), sendo o nível de atratividade (*alto ou baixo*), pré-estabelecido nos estudos anteriores, e as subfunções valorativas figurados como variáveis antecedentes. Com base na revisão da literatura acerca dos temas em questão e diante dos objetivos mencionados, foram elaboradas as seguintes hipóteses, organizadas de acordo com a combinação fatorial (*sexo x nível de atratividade*) a que se referem:

Hipóteses envolvendo imagens de faces masculinas com alto nível de atratividade

Hipótese 1. Valores normativos aumentarão o nível de atratividade.

Hipótese 2. Valores de experimentação reduzirão o nível de atratividade.

Hipótese 3. Valores de experimentação diminuirão o nível de atratividade em relação às outras subfunções valorativas.

Hipóteses envolvendo imagens de faces masculinas com baixo nível de atratividade

Hipótese 4. Valores normativos elevarão o nível de atratividade.

Hipótese 5. Valores de experimentação diminuirão o nível de atratividade.

Hipótese 6. Valores de experimentação reduzirão o nível de atratividade em relação às outras subfunções valorativas.

Hipóteses envolvendo imagens de faces femininas¹

Hipótese 7. As subfunções valorativas não alterarão o nível de atratividade das imagens pouco atraentes.

Hipótese 8. Os valores não influenciarão o nível de atratividade das imagens muito atraentes.

6.1.2 Amostra

Inicialmente, a amostra compreendeu 406 usuários do Facebook, com idades variando entre 16 e 62 anos ($m = 24,33$ e $dp = 6,82$), sendo a maioria feminina (61,8%), solteira (48,3%), heterossexual (93,3%) e católica (43%). Entretanto, para a realização das análises, selecionaram-se aleatoriamente 10 respondentes de cada sexo para cada combinação fatorial. Desta forma, a amostra neste estudo foi composta por 240 usuários do Facebook, equitativamente distribuídos entre as combinações, com idades variando entre 16 e 56 anos ($m = 24,71$ e $dp = 6,79$), sendo a maioria solteira (49,1%), heterossexual (92,1%) e católica (38,8%), como pode ser melhor observado na Tabela 2.

¹ As imagens do sexo feminino envolveram somente duas hipóteses, pois, de acordo com o mecanismo de seleção de parceiros, os homens priorizariam mais as características físicas, sendo menos propensos a alterar sua percepção acerca da atratividade por meio de aspectos psicossociais.

Tabela 2 - Caracterização da amostra (N = 240)

Variável	Níveis	f	%
Sexo	Masculino	120	50,0
	Feminino	120	50,0
Orientação sexual	Heterossexual	221	92,1
	Homossexual	11	4,6
	Bissexual	08	3,3
Estado civil	Solteiro	119	49,6
	Namorando	83	34,6
	Casado	32	13,3
	Divorciado	06	2,5
Religião	Católico	93	38,8
	Evangélico	44	18,3
	Espírita	10	4,2
	Não tem religião	84	35,0
	Outras	09	3,8
Nível de escolaridade	Até ensino médio completo	14	6,9
	Ensino superior incompleto	145	60,4
	Ensino superior completo	37	15,4
	Pós-graduação	44	18,3
Renda mensal	de R\$0 a R\$622,00	46	19,2
	de R\$622,01 a R\$1.866,00	62	25,8
	de R\$1.866,01 a R\$3.732,00	43	17,9
	de R\$3.732,01 a R\$6.220,00	34	14,2
	de R\$6.220,00 a R\$9.330,00	21	8,8
	Mais de R\$9.330,00	12	5,0
	Não sabe informar	22	9,2

6.1.3 Instrumentos

Pediu-se aos participantes que respondessem aos seguintes instrumentos:

Cenários compostos por Imagens Faciais e Subfunções Valorativas. Foram elaboradas seis histórias, representando as subfunções dos valores. Estas foram associadas a uma imagem, variando o sexo (masculino e feminino) e o nível de atratividade (baixa e alta). Desta forma, constituíram-se 24 cenários, representados pelas combinações expostas na Tabela 3.

Tabela 3 - Distribuição das subfunções valorativas por sexo e nível de atratividade.

Subunção	Sexo			
	Masculino (M)		Feminino (F)	
	A (↑)	B (↓)	A (↑)	B (↓)
Normativo (NR)	M↑NR	M↓NR	F↑NR	F↓NR
Existência (EX)	M↑EX	M↓EX	F↑EX	F↓EX
Suprapessoal (SP)	M↑SP	M↓SP	F↑SP	F↓SP
Realização (RL)	M↑RL	M↓RL	F↑RL	F↓RL
Experimentação (EP)	M↑EP	M↓EP	F↑EP	F↓EP
Interacional (IT)	M↑IT	M↓IT	F↑IT	F↓IT

Nota: A = Alta atratividade; B = Baixa atratividade.

De acordo com a tabela acima, a estória de uma imagem do sexo masculino, com alta atratividade e valores normativos é identificada pelo código **M↑NR**. Do mesmo modo, a imagem do sexo feminino, com baixa atratividade e valores de experimentação, é representada por meio do código **F↓EP**. Os participantes foram convidados a ver a imagem facial do sexo oposto e a ler uma das histórias que representavam as subfunções valorativas. Cada participante teve acesso a somente uma das combinações possíveis. Depois de avaliarem as imagens e lerem as histórias, deveriam indicar o quanto a pessoa da imagem, acompanhada da história, lhes era atraente (*O quanto você considera esta pessoa atraente?*), utilizando, para tanto, uma escala do tipo *Likert* variando de 1 (Pouco) a 6 (Muito). Além disso, por meio de uma escala dicotômica (Sim/Não), indicavam se a narrativa retratava uma pessoa real (*Você considera que esta narrativa pode retratar uma pessoa real?*). Se marcasse positivamente, era levado a indicar, em escala de seis pontos, variando de 1 (Pouco) a 6 (Muito), o quanto estaria disposto a relacionar-se com aquela pessoa (*Em que medida você estaria disposto(a) a se relacionar com esta pessoa?*) e, em escala de 1 (Classe humilde) a 10 (Classe alta), qual seu provável nível socioeconômico (*Na sua opinião, qual seria o provável nível socioeconômico dessa pessoa?*). Um exemplo de uma combinação pode ser observado no Anexo II.

Questionário de Valores Básicos (GOUVEIA, 1998; 2003). Este instrumento (anexo V) é composto por 18 itens (*valores básicos*), distribuídos em seis subfunções psicossociais: experimentação (*emoção, prazer e sexual*), realização (*êxito, poder e prestígio*), existência (*estabilidade pessoal, saúde e sobrevivência*), suprapessoal

(*beleza, conhecimento e maturidade*), interacional (*afetividade, apoio social e convivência*) e normativa (*obediência, religiosidade e tradição*). Para respondê-lo, o participante deve ler a lista de *valores* e indicar em que medida cada um deles é importante como um princípio que guia sua vida. Para tanto, utiliza uma escala de resposta com os seguintes extremos: **1 = Totalmente não Importante** e **7 = Totalmente Importante**. De acordo com as análises fatoriais confirmatórias efetuadas por Gouveia (2003), este instrumento apresenta índices de bondade de ajuste satisfatórios: $\chi^2/g.l = 2,67$, $GFI = 0,91$, $AGFI = 0,89$ e $RMSEA = 0,05$; sua consistência interna (Alfa de Cronbach) média foi de 0,51 para o conjunto das seis subfunções.

Escala de Desejabilidade Social de Marlowe-Crowne (RIBAS, Jr.; MOURA; HUTZ, 2004)

Desenvolvida por Crowne e Marlowe (1960), esta escala foi originalmente elaborada em língua inglesa. Expressa condutas que podem indicar uma necessidade de aprovação por parte dos outros e contém 33 itens retirados de escalas de personalidade (por exemplo, “*Se pudesse entrar em um cinema sem pagar e ter certeza de que não seria visto(a), provavelmente eu o faria*” e “*Sou sempre cuidadoso(a) com meu jeito de vestir*”). Para responder às questões (anexo VI), o participante deveria assinalar verdadeiro (1) ou falso (0), avaliando se o item descreve seu comportamento cotidiano. Neste sentido, 15 itens (3, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 19, 22, 23, 28, 30 e 32) devem ser respondidos como falsos e 18 como verdadeiros (1, 2, 4, 7, 8, 13, 16, 17, 18, 20, 21, 24, 25, 26, 27, 29, 31 e 33), de modo que quanto maior a pontuação, maior o nível de desejabilidade social. Conforme relatado por seus autores, o instrumento apresenta um coeficiente Kuder-Richardson (K-R) de 0,88, sendo validado para o contexto brasileiro por Ribas Jr., Moura e Hutz (2004). Na oportunidade, se comprovou a estrutura unifatorial da escala que apresentou consistência interna (*Alfa de Cronbach*) de 0,79.

Inventário dos Cinco Grandes Fatores de Personalidade (ANDRADE, 2008). Elaborado originalmente em língua inglesa por John, Donahue e Kentle (1991) e adaptado para o contexto espanhol por Benet-Martínez e John (1998), está composto por 44 itens, sendo utilizada no presente estudo uma versão reduzida composta por 20 itens (ANDRADE, 2008), estruturados em sentenças simples e respondidos em uma escala de respostas *Likert* de cinco pontos com os seguintes extremos: 1 = “Discordo

totalmente” e 5 = “Concordo totalmente”. O instrumento (anexo VII) foi elaborado para permitir uma eficiente e flexível avaliação da personalidade quando não há necessidade de diferenciação entre as facetas individuais. Os itens são agrupados em cinco fatores, a saber: Abertura a mudanças (“*É original, tem sempre novas ideias*”), Conscienciosidade (“*Insiste até concluir a tarefa ou o trabalho*”), Neuroticismo (“*É temperamental, muda de humor facilmente*”), Extroversão (“*É conversador, comunicativo*”) e Amabilidade (“*Tem capacidade de perdoar, perdoa fácil*”).

Escala de Autoestima de Rosenberg (HUTZ; ZANON, 2011). A Escala de Autoestima foi originalmente desenvolvida por Rosenberg (1979). Esta é uma medida unidimensional constituída por dez afirmações relacionadas a um conjunto de sentimentos de autoestima e de autoaceitação que avalia a autoestima global. Os itens (por exemplo, “*Sinto que sou uma pessoa de valor como as outras pessoas*” e “*Eu tenho motivos para me orgulhar na vida*”) são respondidos em uma escala tipo *Likert* de cinco pontos, em que 1 = Nunca e 5 = Sempre. Neste estudo, utilizou-se a versão adaptada para o português por Hutz e Zanon (2011), que pode ser observada no anexo VIII, cujos resultados iniciais já indicavam a unidimensionalidade do instrumento e características psicométricas equivalentes às encontradas por Rosenberg (1979).

Caracterização da Amostra

A última parte, denominada *Caracterização da Amostra*, consta de perguntas como idade, estado civil e orientação sexual, além de itens envolvendo religião (*Qual a sua religião?*), escolaridade (*Qual o seu nível de escolaridade?*), nível socioeconômico (*Considerando as pessoas de seu país, qual o seu nível socioeconômico?*), renda (*Qual a sua renda mensal?*), dentre outros. Além dessas perguntas, os respondentes foram convidados a indicar algumas características físicas, como peso e altura, bem como cor dos olhos, da pele e dos cabelos, devendo indicar as figuras que mais correspondessem às suas características. Solicitou-se, ainda, que avaliassem o seu próprio nível de beleza (*Comparado às pessoas do contexto em que você vive, quão você se considera bonito(a)?*). Para as mulheres, foram levantadas perguntas acerca de seu ciclo menstrual.

6.1.4 Procedimentos

Para a realização do Estudo 3, selecionaram-se 20 das 160 imagens consideradas no Estudo 2, equitativamente distribuídas entre sexo (*masculino* e *feminino*) e nível de atratividade (*alto* e *baixo*), de modo que cada combinação fatorial foi composta por cinco imagens (Anexo III). Como as imagens utilizadas no Estudo 2 não apresentaram resolução satisfatória para serem utilizadas no Estudo 3, recorreu-se a imagens semelhantes das mesmas pessoas que pudessem substituí-las. Esta seleção teve como objetivo coletar imagens que compusessem os quatro grupos, evitando o efeito de exposição da imagem relacionada à subfunção valorativa. As imagens foram escolhidas levando em consideração sua resolução e sua proximidade com os extremos percentílicos, de acordo com a combinação em que estava inserida. Para a seleção de imagens que comporiam o grupo das mulheres pouco atraentes, por exemplo, considerou-se, primeiramente, a imagem do sexo feminino de menor percentil e, em função da sua resolução, a imagem era selecionada ou não, passando para o próximo percentil. Os dados foram coletados por meio eletrônico, obedecendo ao procedimento típico de coletas desta natureza (divulgação on-line do link da pesquisa e tabulação automática dos dados) e as especificidades dos estudos quase experimentais.

Para a divulgação, enviou-se, aleatoriamente, para usuários do Facebook, em seus murais e caixas de mensagens, o link de acesso à pesquisa. Na ocasião, foram informados os objetivos do estudo, resguardando quaisquer informações que pudessem comprometer a imparcialidade do respondente. Por fim, explicitou-se que todas as informações disponibilizadas pelo participante tinham caráter anônimo. O link de acesso à pesquisa redirecionava o participante a um link, entre 12, correspondente às combinações das variáveis controladas pelo delineamento fatorial do presente estudo (nível de atratividade x subfunções valorativas). Em cada link, o participante deveria indicar o seu sexo e, em função de sua resposta, era novamente redirecionado, desta vez a uma das cinco imagens da combinação fatorial correspondente ao link. Para tanto, considerou-se dois algoritmos de randomização, um para o redirecionamento dos links e outro para o redirecionamento das imagens, assim os questionários foram contrabalanceados de modo que as 12 combinações reunissem quantitativos aproximados de participantes.

Em cada link, como mencionado, considerou-se 10 respondentes de cada sexo, totalizando os 240 componentes da amostra. Desta forma, para garantir a distribuição

equitativa dos respondentes em cada link, quando um destes alcançava o número de 10 respondentes, era excluído do algoritmo de randomização, evitando que os próximos fossem redirecionados para ele. Na tela de apresentação de pesquisa, informava-se aos participantes o objetivo geral, indicando que a mesma tinha como propósito analisar alguns aspectos relacionados com a identificação de rostos que se poderiam encontrar no cotidiano. Foi mencionado que as descrições (subfunções valorativas) poderiam ou não corresponder ao perfil real das pessoas e que o respondente deveria, antes de prosseguir, acessar ao Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Neste termo foi enfatizado que, clicando em “Prosseguir”, o colaborador estaria concordando em participar, sendo, portanto, liberado o acesso ao questionário. Um tempo médio de 20 minutos foi suficiente para a conclusão da participação.

6.2 Análise dos dados

Para a realização da análise dos dados, utilizou-se o software SPSS 19 (*Statistical Package for the Social Sciences*). Além das estatísticas descritivas (medidas de tendência central e de dispersão, frequências e porcentagens), utilizadas para o levantamento de características biossociodemográficas (por exemplo, idade, estado civil, religião), compararam-se, por meio de testes t para amostras emparelhadas, as médias dos níveis de atratividade entre as imagens acompanhadas das subfunções valorativas (Estudo 3) e suas correspondentes no Estudo 2, para cada combinação (sexo x nível de atratividade). Em seguida, realizaram-se análises de covariância (ANCOVA) a fim de comparar as médias das imagens acompanhadas das subfunções valorativas entre si, buscando controlar o efeito da desejabilidade social entre os participantes.

6.3 Resultados

As três primeiras hipóteses referem-se à combinação fatorial de imagens de faces masculinas com alto nível de atratividade. A primeira hipótese (**Hipótese 1**) previa que as imagens deste grupo acompanhadas de valores normativos apresentariam pontuações significativamente maiores do que suas correspondentes no Estudo 2. Esta hipótese foi refutada [$t = -1,68$; $p > 0,05$]. Deste modo, para esta amostra, os valores normativos não alteraram positivamente o nível de atratividade de homens considerados atraentes (Tabela 4). A **Hipótese 2** previa que as imagens de faces masculinas com alto

nível de atratividade acompanhadas de valores de experimentação apresentariam pontuações significativamente menores do que suas correspondentes no Estudo 2. Os dados confirmaram esta hipótese [$t = -4,39$; $p \leq 0,001$], demonstrando que, neste caso, o nível de atratividade foi significativamente menor no grupo das imagens acompanhadas de valores de experimentação ($m = 2,30$, $dp = 1,06$) do que no correspondente do Estudo 2 ($m = 4,23$, $dp = 1,32$), em que não havia a presença da estória, como pode ser observado na tabela 4.

Tabela 4 - Comparação de médias da atratividade de homens muito atraentes

Hipótese	Imagens de homens muito atraentes...	<i>m</i>	<i>dp</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
1	Acompanhadas de valores normativos	3,50	1,27	-1,68	> 0,05
	Sem a presença dos valores	4,23	1,32		
2	Acompanhadas de valores de experimentação	2,30	1,06	-4,39	$\leq 0,001$
	Sem a presença dos valores	4,23	1,32		

A terceira hipótese (**Hipótese 3**), que foi confirmada [$F(5,54) = 3,769$, $p \leq 0,01$], previa que as imagens de faces masculinas com alto nível de atratividade acompanhadas de valores de experimentação apresentariam pontuação significativamente menor do que as imagens acompanhadas por outras subfunções valorativas. Em teste de *post hoc* (Bonferroni), verificou-se que, para esta combinação fatorial, as imagens acompanhadas de valores de experimentação apresentaram os menores níveis de atratividade ($m = 2,30$, $dp = 1,06$), sendo significativamente menores do que as imagens acompanhadas de valores interacionais ($m = 3,80$, $dp = 1,03$), suprapessoais ($m = 4,10$, $dp = 1,19$) e de existência ($m = 3,90$, $dp = 0,74$). Adicionalmente, a desejabilidade social não apresentou efeito entre os participantes ($F = 0,354$; $p > 0,05$).

As hipóteses 4, 5 e 6 referem-se às imagens de faces masculinas com baixo nível de atratividade. A quarta hipótese (**Hipótese 4**) previa que as imagens deste grupo acompanhadas de valores normativos apresentariam pontuações significativamente maiores do que suas correspondentes no Estudo 2. Esta hipótese foi confirmada [$t = 2,39$; $p \leq 0,05$]. Deste modo, para esta amostra, homens com baixo nível de atratividade são significativamente mais atraentes quando acompanhados de valores normativos ($m = 2,30$; $dp = 1,57$) do que se não estiverem acompanhados de nenhum valor ($m = 1,50$; $dp = 0,87$), como se observa na Tabela 5. A **Hipótese 5** defendia que as imagens da

referida combinação fatorial acompanhadas de valores de experimentação apresentariam pontuações significativamente menores do que suas correspondentes no Estudo 2 (sem a presença dos valores). Os dados refutaram esta hipótese [$t = 0,58$; $p > 0,05$]. Assim, para esta amostra, os valores de experimentação parecem não diminuir o nível de atratividade de homens pouco atraentes (Tabela 5).

Tabela 5 - Comparação de médias da atratividade de homens pouco atraentes

Hipótese	Imagens de homens pouco atraentes...	<i>m</i>	<i>dp</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
4	Acompanhadas de valores normativos	2,30	1,57	2,36	$\leq 0,05$
	Sem a presença dos valores	1,50	0,87		
5	Acompanhadas de valores de experimentação	1,70	1,63	0,58	$> 0,05$
	Sem a presença dos valores	1,50	0,87		

A sexta hipótese (**Hipótese 6**) previa que as imagens de faces masculinas com baixo nível de atratividade acompanhadas de valores de experimentação apresentariam pontuação significativamente menor do que as imagens acompanhadas por outras subfunções valorativas. Novamente, os dados não corroboraram esta hipótese [$F(5,54) = 0,621$, $p > 0,05$]. Deste modo, para esta amostra, os valores de experimentação não alteraram negativamente os níveis de atratividade de homens pouco atraentes.

As hipóteses 7 e 8 referem-se às imagens de faces femininas, respectivamente, com alto e baixo nível de atratividade. A **Hipótese 7** previa que as pontuações entre as imagens de faces femininas com alto nível de atratividade acompanhadas das subfunções valorativas e estas mesmas imagens sem a presença dos valores não apresentariam diferenças significativas. Esta hipótese foi confirmada, uma vez que os níveis de atratividade das imagens da referida combinação fatorial no Estudo 2 ($m = 4,63$, $dp = 1,18$) apresentaram médias próximas (todos os valores t a um $p > 0,05$) aos níveis das imagens acompanhadas de valores interacionais ($m = 4,50$, $dp = 1,08$), normativos ($m = 4,80$, $dp = 0,92$), suprapessoais ($m = 4,70$, $dp = 0,95$), de existência ($m = 4,50$, $dp = 1,08$), de experimentação ($m = 3,90$, $dp = 1,79$) e de realização ($m = 4,40$, $dp = 1,17$). Assim, o modo como a atratividade é percebida pelos homens parece ser pouco influenciada pelos valores humanos na avaliação de mulheres muito atraentes.

A última hipótese (**Hipótese 8**) previa que as pontuações entre as imagens de faces femininas com baixo nível de atratividade acompanhadas das subfunções valorativas e estas mesmas imagens sem a presença de valores não apresentariam

diferenças significativas. Esta hipótese foi refutada ($t = 2,43$; $p \leq 0,05$). Considerando os valores separadamente, observou-se que as subfunções valorativas suprapessoal ($m = 2,80$; $dp = 1,23$) e de realização ($m = 2,30$; $dp = 0,67$) elevaram significativamente o nível de atratividade ($t = 4,69$ e $t = 3,22$; $p \leq 0,01$, respectivamente) das imagens de mulheres pouco atraentes do Estudo 2 ($m = 1,53$; $dp = 0,70$).

6.4 Discussão

Esse estudo compreendeu a parte final da presente monografia e envolveu de forma direta o teste das hipóteses formuladas a partir dos referenciais teóricos utilizados. Apesar de reconhecer algumas limitações, o que será comentado mais adiante, confia-se que os objetivos tenham sido alcançados. Neste sentido, cabe apresentar explicações que, provavelmente, ajudarão no entendimento do “porquê” de algumas hipóteses não terem sido confirmadas e, ao mesmo tempo, resgatar o referencial teórico, enfatizando as razões pelas quais se esperava suas confirmações. Antes disso, contudo, cabe discorrer acerca das hipóteses 2, 3, 4 e 7, que foram confirmadas.

A **Hipótese 2** e a **Hipótese 4** previam que as imagens de faces masculinas com alto e baixo níveis de atratividade, respectivamente, acompanhadas de valores de experimentação, apresentariam pontuações significativamente menores do que as suas correspondentes no Estudo 2. Sabe-se que pessoas que priorizam valores de experimentação tendem a ter mais parceiros e a trair mais (CAVALCANTI, 2007), diminuindo a probabilidade de manter relacionamentos de longo prazo. Assim, com base no mecanismo de seleção de parceiros (LANGLOIS *et al.*, 2000; GALLUP, Jr.; FREDERICK, 2010), tal característica parece não ser atrativa para as mulheres, que preferem homens que possam manter-se em relacionamentos de longo prazo, possibilitando os devidos cuidados à sua prole.

De fato, se observada a operacionalização desta subfunção valorativa (“procura desfrutar da vida e satisfazer todos os seus desejos. Costuma desafiar o perigo e buscar aventuras, e sempre se envolve em atividades que trazem risco e emoção. Sente a necessidade de ter relações sexuais frequentes para se sentir sexualmente satisfeito”), parece coerente que os participantes do sexo feminino identifiquem alta probabilidade de traição por parte da pessoa que a imagem expõe, reduzindo, assim, seu nível de atratividade. Ao mesmo tempo, homens que priorizam valores normativos tendem a

seguir as normas sociais (“Procura seguir as normais sociais, bem como cumprir seus deveres e suas obrigações do dia a dia”), o que indica alta capacidade de adaptação ao meio e, portanto, maior probabilidade de sobreviver e de cuidar da prole, característica, segundo o mecanismo evolutivo, considerada atraente para as mulheres.

A **Hipótese 3** previa que as imagens de faces masculinas com alto nível de atratividade acompanhadas de valores de experimentação apresentariam pontuação significativamente menor do que as imagens acompanhadas por outras subfunções valorativas. Para os homens muito atraentes, a subfunção valorativa de experimentação diminuiu significativamente os níveis de atratividade quando comparada aos níveis das imagens acompanhadas de valores interacionais, de existência e suprapessoais. Observando as operacionalizações destas três subfunções valorativas (anexo III), é possível identificar pontos coerentes com o que, segundo o mecanismo de seleção de parceiros, as mulheres tendem a priorizar.

Por exemplo, no que se refere aos valores interacionais, a frase “quer ter uma relação de afeto profunda e duradoura com alguém que possa compartilhar seus êxitos e fracassos” é forte indicativo de vontade de envolver-se em relacionamentos de longo prazo. Considerando os valores de existência, é coerente pensar que a necessidade de se manter saudável (“Para ele, é importante se alimentar e poder dormir bem todos os dias”) indique maior probabilidade de o indivíduo viver mais, podendo cuidar da prole por maior quantidade de tempo. Já no caso dos valores suprapessoais, estudos indicam que pessoas que priorizam valores suprapessoais têm maior probabilidade de viver em ambientes com maior segurança e fartura (GOUVEIA, 2012). Esta correlação é plausível se observado que os valores que compõem esta subfunção são conhecimento, maturidade e beleza (estética). As duas primeiras características indicam alta probabilidade de o indivíduo ser capaz de fazer escolhas que garantam a sobrevivência da prole, como, por exemplo, proporcionar ambiente seguro e farto.

A sétima hipótese (**Hipótese 7**) previa que as pontuações entre as imagens de faces femininas com alto nível de atratividade acompanhadas das subfunções valorativas e suas correspondentes no Estudo 2 não apresentariam diferenças significativas. De fato, segundo o mecanismo de seleção de parceiros, os homens tendem a priorizar as características físicas na escolha da parceira, apresentando menos influência de variáveis psicossociais na percepção da atratividade (LANGLOIS *et al.*, 2000; ALBADA; KNAPP; THEUNE, 2002; GALLUP, Jr.; FREDERICK, 2010). Logo,

as mulheres muito atraentes acompanhadas dos valores humanos parecem continuar sendo percebidas como tão atraentes quanto eram antes da inclusão de informações acerca de seus valores.

As hipóteses 1, 5, 6 e 8 não foram confirmadas. A primeira (**Hipótese 1**) previa que as imagens de faces masculinas com alto nível de atratividade acompanhadas de valores normativos apresentariam pontuações significativamente maiores do que suas correspondentes no Estudo 2. Pessoas que priorizam valores normativos tendem a obedecer a normas sociais, o que seria um indicativo de boa capacidade de adaptação ao meio e, por conseguinte, maior probabilidade de sobrevivência, sendo fator atrativo para as mulheres, segundo o mecanismo de seleção de parceiros. É possível pensar, entretanto, que um dos valores que compõem a subfunção normativa (*Religiosidade*), operacionalizado por “Crê em Deus como o salvador da humanidade e tenta exercer a sua vontade”, não seja considerado positivo para toda a amostra.

A **Hipótese 5** defendia que as imagens de faces masculinas com baixo nível de atratividade acompanhadas de valores de experimentação apresentariam pontuações significativamente menores do que suas correspondentes no Estudo 2. Devido à própria natureza desta subfunção, homens que priorizam valores de experimentação têm menor probabilidade de manter relacionamentos de longo prazo (CAVALCANTI, 2007), o que é pouco atrativo para as mulheres. Entretanto, a refutação desta hipótese pode ser explicada por uma questão estatística. As imagens dos homens pouco atraentes que compõem o Estudo 2 apresentaram níveis de atratividade próximos do valor mínimo ($m = 1,50$; $dp = 0,87$, considerando escala *likert* variando de 1 = Pouco a 6 = Muito). Deste modo, é pouco provável que haja uma redução significativa do nível de atratividade destas imagens.

A sexta hipótese (**Hipótese 6**) previa que as imagens de faces masculinas com baixo nível de atratividade acompanhadas de valores de experimentação apresentariam pontuação significativamente menor do que as imagens acompanhadas por outras subfunções valorativas. Neste caso, uma vez que este grupo apresentou níveis de atratividade próximos do valor mínimo ($m = 1,50$; $dp = 0,87$), e que, portanto, é pouco provável que haja redução no nível de atratividade, considera-se que as diferenças se dariam pelo aumento dos níveis de atratividade relacionado às outras subfunções valorativas. Nesta direção, interpreta-se que as outras subfunções valorativas não elevaram suficientemente os níveis de atratividade destas imagens para que a diferença

de médias em relação aos valores de experimentação se apresentasse significativa. Neste caso, é preciso ponderar que a percepção da atratividade é multideterminada, e que o efeito positivo dos valores humanos não foi capaz de compensar o efeito negativo das características faciais das imagens deste grupo, de modo que seus níveis de atratividade mantiveram-se reduzidos.

A última hipótese (**Hipótese 8**) previa que as pontuações entre as imagens de faces femininas com baixo nível de atratividade acompanhadas das subfunções valorativas e suas correspondentes no Estudo 2 não apresentariam diferenças significativas. De acordo com o mecanismo de seleção de parceiros, como já foi mencionado, é improvável que variáveis psicossociais sejam capazes de elevar significativamente sua percepção de atratividade. Os dados mostram, entretanto, que os níveis de atratividade das mulheres pouco atraentes apresentaram-se significativamente maiores quando acompanhadas de valores suprapessoais e de realização.

Neste caso, semelhante ao que ocorreu com a hipótese 5, pode-se pensar que as imagens sem valores (Estudo 2) das mulheres pouco atraentes apresentaram níveis de atratividade próximos do valor mínimo ($m = 1,53$; $dp = 0,70$). Deste modo, torna-se provável que a adição de características positivas (valores humanos) tenda a elevar significativamente o nível de atratividade destas imagens. Por outro lado, o mecanismo de seleção de parceiros parece explicar pouco o porquê de estas imagens, quando acompanhadas de valores suprapessoais e de realização, se apresentarem significativamente mais atraentes. Apesar disso, não se pode deixar de pensar na existência de novos mecanismos de adaptação que estejam ainda pouco esclarecidos no campo evolucionista, bem como reconhecer a influência do fator cultural sobre o modo como os homens percebem as mulheres.

Os resultados da hipótese 8, portanto, não corroboram os pressupostos do mecanismo de seleção de parceiros (LANGLOIS *et al.*, 2000; LITTLE *et al.*, 2001; GALLUP, Jr.; FREDERICK, 2010). Provavelmente, a influência destes valores na percepção da atratividade esteja relacionada a fatores mais sociais. Observando um dos valores que compõem a subfunção de realização (“sente necessidade de poder influenciar os outros e controlar decisões”), percebe-se uma necessidade que pode vir a resultar em comportamentos socialmente reprováveis, como, por exemplo, enganar as pessoas com o objetivo de influenciá-las. Esta explicação, entretanto, foge ao que se espera do mecanismo de seleção de parceiros. Neste sentido, deve-se considerar que o

espaço de um trabalho monográfico não permite explorar todas as prováveis questões que possam explicar tais resultados. A seguir algumas dessas possibilidades são comentadas, esperando-se que, em novas pesquisas, estas hipóteses possam ser retomadas.

7. CONCLUSÕES DO ESTUDO

A presente monografia teve como principal objetivo avaliar em que medida os valores humanos influenciam a percepção da atratividade das pessoas. Para tanto, considerou alguns mecanismos evolutivos, detendo-se, especificamente, no mecanismo de seleção de parceiros (LANGLOIS *et al.*, 2000; GALLUP, Jr.; FREDERICK, 2010). Neste sentido, para cumprir com os objetivos propostos, realizaram-se três estudos. Os dois primeiros compreenderam etapas fundamentais para a realização do último, a saber: o primeiro estudo (Estudo 1) teve como objetivo coletar imagens com base na avaliação das pessoas mais e menos atraentes por uma amostra de usuários de uma rede social; o segundo (Estudo 2) teve como objetivo avaliar, após uma seleção das imagens com base em critérios, o nível de atratividade de cada imagem e, após isso, verificar a existência de diferenças entre os níveis de atratividade das imagens.

Desta forma, a realização do último estudo (Estudo 3) tornou-se possível. Este envolveu o principal objetivo desta monografia, ou seja, avaliar em que medida os valores humanos alteram a percepção da atratividade das pessoas. Para tanto, considerou-se um delineamento fatorial quase experimental de 2 (*sexo: masculino ou feminino*) x 2 (*nível de atratividade: alto ou baixo*) x 6 (*subfunções valorativas: normativo, suprapessoal, existência, experimentação, realização e interacional*). Confia-se que os objetivos desta monografia tenham sido alcançados. Entretanto, antes de discutir os achados principais, se faz oportuno indicar as limitações potenciais da pesquisa, que permitirão ao leitor avaliar com cautela os resultados apresentados.

7.1 Limitações da pesquisa

É improvável que em uma pesquisa empírica não figure eventuais limitações, visto que importantes variáveis para o estudo podem não ter sido contempladas, a amostra pode ter sido reduzida ou o delineamento pode não ter sido adequado. Neste sentido, é pertinente apontar algumas limitações da presente monografia:

a) Amostra. Delineamentos quase experimentais requerem amostras com tamanho suficiente para contemplar os diversos subgrupos gerados pelas variáveis antecedentes. Este estudo, entretanto, foi organizado para que cada combinação fatorial (*sexo x nível de atratividade*) fosse composta por 60 participantes. Esta decisão limitou diversas análises em potencial, por exemplo, análises que pudessem considerar outras variáveis sociodemográficas (*religião, estado civil, orientação sexual*) tornaram-se

inviáveis, uma vez que, ao dividir as amostras de cada combinação (N = 60) em função de alguma destas variáveis, a amostra era reduzida a tal ponto que impossibilitava análises paramétricas.

b) Fonte das imagens. Utilizar o Facebook como fonte das imagens impossibilitou o controle adequado de variáveis como: plano de fundo, resolução, variações do rosto (expressões faciais, angulações do rosto, distância, iluminação), etc. Neste sentido, os estudos se limitaram a trabalhar com as imagens que lhe foram fornecidas no primeiro estudo, o que gerou problemas para os estudos que o sucederam. Por exemplo, nem todas as imagens utilizadas no Estudo 2 apresentaram resolução satisfatória para serem utilizadas no Estudo 3. Desta maneira, recorreu-se a imagens semelhantes da mesma pessoa que pudessem substituí-la. Esta não correspondência das imagens entre os estudos impede o controle de possíveis mudanças na avaliação da atratividade. Por outro lado, a similaridade entre as imagens passou por uma análise de juízes, que avaliaram se as imagens eram suficientemente parecidas para evitar vieses nos resultados.

c) Avaliação dos cenários. Solicitar ao respondente que avalie o nível de atratividade de imagens faciais, sucedidas por descrições de subfunções valorativas, apesar de contribuir para o avanço da área, não compreende todo o entendimento desta relação. Neste caso, pode-se pensar em estudos correlacionais e experimentais que avaliem a expressão dos valores humanos e a percepção da atratividade.

Apesar do que antes foi comentado, confia-se que estas limitações potenciais não configurem restrições. Podem simplesmente indicar que os resultados não podem ser generalizados, configurando-se em baixa *validade externa*. Entretanto, não se pretendeu realizar generalizações, mas testar experimentalmente hipóteses acerca da influência dos valores humanos na percepção da atratividade, o que aumenta a *validade interna*. Neste sentido, vale identificar os principais resultados e contribuições deste estudo.

7.2 Principais resultados e contribuições

Os resultados encontrados se fazem suficientes para afirmar que, para esta amostra, os valores humanos, por meio do mecanismo de seleção de parceiros, alteram o modo como as pessoas percebem a atratividade em outras. Considerando este aspecto, os resultados permitiram: a) identificar que mecanismo evolutivo explica a relação entre

valores e atratividade; b) abranger a aplicabilidade dos valores humanos, uma vez que, não obstante a existência de diversas variáveis correlatas (personalidade, religiosidade, etc.), os valores apresentam relação, também, com a percepção da atratividade; e c) contribuir para a compreensão da própria percepção da atratividade, ao indicar que esta sofre influência dos valores humanos.

Estas contribuições são fundamentais para diversos campos da ciência. No campo da Psicologia Evolucionista, este estudo corroborou alguns dos pressupostos evolutivos, avaliando-os no contexto dos valores humanos. Já no que diz respeito à Psicologia Social, as contribuições ajudaram na compreensão acerca de como os valores humanos influenciam a percepção da atratividade, relação ainda pouco explorada por estudos da área. Podem-se citar, ainda, contribuições na área de publicidade, antropologia, etc. Entretanto, ainda há especificidades a serem exploradas acerca deste tema. Neste sentido, é pertinente apontar algumas direções futuras, as quais ainda serão consideradas em novas análises com o banco de dados obtido e que outros pesquisadores poderão considerar em estudos vindouros.

7.3 Direções futuras

Em novos estudos, pesquisadores interessados na temática da percepção da atratividade e dos valores humanos poderão considerar esta pesquisa como provedora de novas hipóteses e questionamentos, nesta direção empreende-se um esforço no sentido de oferecer algumas recomendações. Inicialmente, são necessárias evidências transculturais para avaliar se, de fato, esta relação suporta uma base evolutiva. Ao mesmo tempo, estudos acerca desta temática e que possuam o mesmo tipo de delineamento poderiam recorrer a amostras maiores, no sentido de contemplar tamanho amostral suficiente para a consideração de outras variáveis (religião, orientação sexual, estado civil). Não obstante estas variáveis, é possível pensar em traços de personalidade, autoestima, religiosidade, infidelidade, ciúmes, etc., bem como a influência dos valores dos respondentes em suas avaliações acerca da atratividade. Em segundo lugar, vale considerar a utilização de imagens de estúdio ou de softwares de confecção de imagens virtuais (por exemplo, Facegen Modeller 3.1), de modo que se possam controlar aspectos como plano de fundo, resolução, expressões faciais, iluminação, etc.

A utilização de outros delineamentos também trará avanços para os estudos nesta área. Considerar delineamentos experimentais, por exemplo, poderá trazer novos

resultados acerca de como os valores alteram a percepção da atratividade, incluindo o controle de variáveis como interação social, linguagem corporal, fluência verbal, dentre outras. Por fim, considerando uma amostra maior, sugere-se a realização de análises mais robustas, como, por exemplo, análises para avaliar se pessoas que priorizam determinados valores tendem a avaliar de modo diferente a atratividade de pessoas que também priorizam aqueles valores. Espera-se que esta monografia tenha contribuído para compreensão e para o avanço da pesquisa sobre este tema, reconhecidamente complexo e interessante no mundo das interações humanas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AJZEN, I. Nature and operation of attitudes. **Annual review of psychology**, v. 52, n. 1, p. 27-58, 2001. ISSN 0066-4308.

ALBADA, K. F.; KNAPP, M. L.; THEUNE, K. E. Interaction appearance theory: Changing perceptions of physical attractiveness through social interaction. **Communication Theory**, v. 12, n. 1, p. 8-40, 2002. ISSN 1468-2885

ANDRADE, J. M. **Evidências de validade do inventário dos cinco grandes fatores de personalidade para o Brasil**. 2008. (Doutorado em Psicologia) - Instituto de Psicologia, Universidade de Brasília, Distrito Federal, 2008.

ARDEN, R. et al. Intelligence and semen quality are positively correlated. **Intelligence**, v. 37, n. 3, p. 277-282, 2009. ISSN 0160-2896.

BACK, M. D. et al. Why mate choices are not as reciprocal as we assume: The role of personality, flirting and physical attractiveness. **European Journal of Personality**, v. 25, n. 2, p. 120-132, 2011. ISSN 1099-0984.

BATTY, G. D.; DEARY, I. J.; GOTTFREDSON, L. S. Premorbid (early life) IQ and later mortality risk: systematic review. **Annals of epidemiology**, v. 17, n. 4, p. 278-288, 2007. ISSN 1047-2797.

BAUDOIN, J. Y.; TIBERGHEN, G. Symmetry, averageness, and feature size in the facial attractiveness of women. **Acta psychologica**, v. 117, n. 3, p. 313-332, 2004. ISSN 0001-6918.

BENET-MARTÍNEZ, V.; JOHN, O. P. Los Cinco Grandes across cultures and ethnic groups: Multitrait-multimethod analyses of the Big Five in Spanish and English. **Journal of personality and social psychology**, v. 75, n. 3, p. 729, 1998. ISSN 1939-1315.

BUSS, D. M.; SCHMITT, D. P. Sexual strategies theory: an evolutionary perspective on human mating. **Psychological review**, v. 100, n. 2, p. 204, 1993. ISSN 1939-1471.

BUSS, D. M. et al. A half century of mate preferences: The cultural evolution of values. **Journal of Marriage and Family**, v. 63, n. 2, p. 491-503, 2001. ISSN 1741-3737.

CAPRARA, G. V. et al. Personality and politics: Values, traits, and political choice. **Political Psychology**, v. 27, n. 1, p. 1-28, 2006. ISSN 1467-9221.

CAVALCANTI, J. **Reações a cenários de infidelidade conjugal: são o amor e o ciúme explicações?** 2007. (Mestrado em Psicologia Social) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2007.

CHAVES, C. **Compromisso convencional: fator de proteção para as condutas agressivas, anti-sociais e de uso de álcool**. 2006. (Mestrado em Psicologia Social) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2006.

CLAWSON, C. J.; VINSON, D. E. Human values: a historical and interdisciplinary analysis. **Advances in consumer research**, v. 5, n. 1, p. 396-402, 1978.

COELHO JÚNIOR, L. **Uso potencial de drogas em estudantes do ensino médio: suas correlações com as prioridades axiológicas**, 2001. (Mestrado em Psicologia Social) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2001.

CROWNE, D. P.; MARLOWE, D. A new scale of social desirability independent of psychopathology. **Journal of Consulting Psychology; Journal of Consulting Psychology**, v. 24, n. 4, p. 349, 1960. ISSN 0095-8891.

FACEBOOK. **Declaração de direitos e responsabilidades**. Endereço da página WEB: <http://pt-br.facebook.com/legal/terms?ref=pf> (consultado em 28 de março de 2012). 2012.

FORMIGA, N. **Condutas anti-sociais e delitivas: uma explicação baseada nos valores humanos**, 2002. (Mestrado em Psicologia Social) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2002

FREDERICK, D.A., SWAMI, V. **Preferences for muscularity in 26 countries across 10 world regions: Results from the International Body Project I**. Artigo apresentado na conferência anual da Western Psychological Association, Cancun, Mexico. 2010.

FURNHAM, A. et al. A cross-cultural investigation into the relationships between personality traits and work values. **The Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied**, v. 139, n. 1, p. 5-32, 2005. ISSN 0022-3980.

GALLUP JR, G. G.; FREDERICK, D. A. The science of sex appeal: An evolutionary perspective. **Review of General Psychology**, v. 14, n. 3, p. 240, 2010. ISSN 1939-1552.

GANGESTAD, S. W.; SIMPSON, J. A. The evolution of human mating: Trade-offs and strategic pluralism. **Behavioral and brain sciences**, v. 23, n. 4, p. 573-587, 2000. ISSN 0140-525X.

GELDART, S. That woman looks pretty, but is she attractive? Female perceptions of facial beauty and the impact of cultural labels. **Revue Européenne de Psychologie Appliquée/European Review of Applied Psychology**, v. 60, n. 2, p. 79-87, 2010. ISSN 1162-9088.

GOTTFREDSON, L. S.; DEARY, I. J. Intelligence predicts health and longevity, but why? **Current Directions in Psychological Science**, v. 13, n. 1, p. 1-4, 2004. ISSN 0963-7214.

GOUVEIA, V. V. **La naturaleza de los valores descriptores del individualismo y del colectivismo: Una comparación intra e intercultural**. 1998. (Doutorado em Psicologia) - Universidad Complutense de Madrid, Espanha, 1998.

_____. A natureza motivacional dos valores humanos: evidências acerca de uma nova tipologia. **Estudos de Psicologia**, v. 8, n. 3, p. 431-443, 2003.

GOUVEIA, V. V. et al. Dimensões normativas do individualismo e coletivismo: É suficiente a dicotomia pessoal vs. social. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, v. 16, n. 2, p. 223-234, 2003.

GOUVEIA, V. V. et al. Human values and social identities: A study in two collectivist cultures. **International Journal of Psychology**, v. 37, n. 6, p. 333-342, 2002. ISSN 0020-7594.

GOUVEIA, V. V. et al. Questionário de comportamentos anti-sociais e delitivos: evidências psicométricas de uma versão reduzida. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, n. 1, p. 20-28, 2009. ISSN 0102-7972.

GOUVEIA, V.V. **Teoria Funcionalista dos Valores Humanos: Fundamentos, Evidências Empíricas e Perspectivas**. 2012. (Tese para concurso de professor titular). Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2012.

GOUVEIA, V.V., FONSÊCA, P.N., MILFONT, T.L. & FISCHER, R. **Valores humanos: contribuições e perspectivas históricas**. In: TORRES, C.V. & NEIVA, E.R. (Org.). *Psicologia Social: Principais Temas e Vertentes*. Porto Alegre: Artmed, 2011. p. 296-314.

HA, T.; OVERBEEK, G.; ENGELS, R. C. M. E. Effects of attractiveness and social status on dating desire in heterosexual adolescents: An experimental study. **Archives of sexual behavior**, v. 39, n. 5, p. 1063-1071, 2010. ISSN 0004-0002.

HILL, R. Campus values in mate selection. **Journal of Home Economics**, v. 37, n. 554, p. 269, 1945.

HUTZ, C. S.; ZANON, C. Revisão da adaptação, validação e normatização da escala de autoestima de Rosenberg: Revision of the adaptation, validation, and normatization of the Roserberg self-esteem scale. **Avaliação psicológica**, v. 10, n. 1, p. 41-49, 2011. ISSN 1677-0471.

INGLEHART, R. **The silent revolution**. Princeton Univ. Press, 1977. ISBN 0691075859.

_____. **Culture shift in advanced industrial society**. Princeton Univ Pr, 1990. ISBN 0691022968.

JOHN, O. P.; DONAHUE, E.; KENTLE, R. The big five inventory. **Berkeley, CA: Berkeley Institute of Personality and Social Research, University of California**, 1991.

JOKELA, M. et al. Low childhood IQ and early adult mortality: The role of explanatory factors in the 1958 British Birth Cohort. **Pediatrics**, v. 124, n. 3, p. e380-e388, 2009. ISSN 0031-4005.

JUDGE, T. A.; HURST, C.; SIMON, L. S. Does it pay to be smart, attractive, or confident (or all three)? Relationships among general mental ability, physical attractiveness, core self-evaluations, and income. **Journal of Applied Psychology**, v. 94, n. 3, p. 742, 2009. ISSN 1939-1854.

KANAZAWA, S. Intelligence and physical attractiveness. **Intelligence**, v. 39, n. 1, p. 7-14, 2011. ISSN 0160-2896.

KLUCKHOHN, C. **Values and value-orientations in the theory of action: An exploration in definition and classification**. In press. 1951.

LANGLOIS, J. H. et al. Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretical review. **Psychological bulletin**, v. 126, n. 3, p. 390, 2000. ISSN 1939-1455.

LEDER, H. et al. When attractiveness demands longer looks: The effects of situation and gender. **The Quarterly Journal of Experimental Psychology**, v. 63, n. 9, p. 1858-1871, 2010. ISSN 1747-0218.

LEWANDOWSKI JR, G.; ARON, A.; GEE, J. Personality goes a long way: The malleability of opposite-sex physical attractiveness. **Personal Relationships**, v. 14, n. 4, p. 571-585, 2007. ISSN 1475-6811.

LITTLE, A. et al. Self-perceived attractiveness influences human female preferences for sexual dimorphism and symmetry in male faces. **Proceedings of the Royal Society of London. Series B: Biological Sciences**, v. 268, n. 1462, p. 39-44, 2001. ISSN 0962-8452.

MAIA, L. **Prioridades valorativas e desenvolvimento moral: considerações acerca de uma teoria dos valores humanos**, 2000. (Mestrado em Psicologia Social) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2000

MASLOW, A. Motivation and personality. **New York: Haper & Brothers**, 1954.

MEDEIROS, E.D. **Teoria funcionalista dos valores humanos: testando sua adequação intra e interculturalmente**. 2011. (Tese de doutorado) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2004

MEIER, B. P. et al. Are sociable people more beautiful? A zero-acquaintance analysis of agreeableness, extraversion, and attractiveness. **Journal of Research in Personality**, v. 44, n. 2, p. 293-296, 2010. ISSN 0092-6566.

MOORE, F.; FILIPPOU, D.; PERRETT, D. Intelligence and attractiveness in the face: Beyond the attractiveness halo effect. **Journal of Evolutionary Psychology**, v. 9, n. 3, p. 205-217, 2011. ISSN 1789-2082.

OBERZAUCHER, E.; GRAMMER, K. Immune reactivity and attractiveness. **Gerontology**, v. 56, n. 6, p. 521-524, 2010. ISSN 0304-324X.

PAUNONEN, S. V. You are honest, therefore I like you and find you attractive. **Journal of Research in Personality**, v. 40, n. 3, p. 237-249, 2006. ISSN 0092-6566.

PIMENTEL, C. E. **Valores humanos, preferência musical, identificação grupal e comportamentos de risco**. 2004. (Dissertação de Mestrado). Departamento de Psicologia, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa. 2004

PLATÃO. **O banquete**. São Paulo: Martin Claret, 2000.

RHODES, G. The evolutionary psychology of facial beauty. **Annu. Rev. Psychol.**, v. 57, p. 199-226, 2006. ISSN 0066-4308.

RIBAS JR, R. C.; MOURA, M. L. S.; HUTZ, C. S. Adaptação brasileira da Escala de Desejabilidade Social de Marlowe-Crowne. **Avaliação psicológica**, v. 3, n. 2, p. 83-92, 2004. ISSN 1677-0471.

ROCCAS, S. et al. The big five personality factors and personal values. **Personality and social psychology bulletin**, v. 28, n. 6, p. 789-801, 2002. ISSN 0146-1672.

ROKEACH, M. **The nature of human values**. Free press, 1973. ISBN 0029267501.

_____. **Crenças, atitudes e valores: uma teoria de organização e mudança**. Trad. de Angela Maria Magnan Barbosa. Rio de Janeiro: Ed. **Interciência**, 1981.

ROSENBERG, M. **Conceiving the Self**. Basic Books New York:, 1979.

SAFO. **Fragmento no. 101**. Acessado em: 14 de maio de 2012. Disponível em: http://www.iperceptive.com/authors/sappho_quotes.html.

SANTOS, W. S. **Explicando comportamentos socialmente desviantes: uma análise do compromisso convencional e afiliação social**, 2008. (Doutorado em Psicologia Social) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2008

SAXTON, T. K.; CARYL, P. G.; CRAIG ROBERTS, S. Vocal and facial attractiveness judgments of children, adolescents and adults: the ontogeny of mate choice. **Ethology**, v. 112, n. 12, p. 1179-1185, 2006. ISSN 1439-0310.

SCHWARTZ, S. H. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. **Advances in experimental social psychology**, v. 25, n. 1, p. 1-65, 1992.

SCHWARTZ, S. H.; HUISMANS, S. Value priorities and religiosity in four western religions. **Social Psychology Quarterly**, p. 88-107, 1995. ISSN 0190-2725.

SOUZA, A. F. C. **O percurso dos sentidos sobre a beleza através dos séculos: uma análise discursiva**. 2004. Departamento de Psicologia, (Dissertação de Mestrado) - Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2004.

STANKOV, L. The structure among measures of personality, social attitudes, values, and social norms. **Journal of Individual Differences**, v. 28, n. 4, p. 240, 2007. ISSN 1614-0001.

SUGIYAMA, L. Physical attractiveness in adaptationist perspective. **The handbook of evolutionary psychology**, v. 1, p. 292-343, 2005.

SWAMI, V. et al. More than just skin deep? Personality information influences men's ratings of the attractiveness of women's body sizes. **The Journal of social psychology**, v. 150, n. 6, p. 628-647, 2010. ISSN 0022-4545.

SYLWESTER, K.; PAWŁOWSKI, B. Daring to be darling: Attractiveness of risk takers as partners in long-and short-term sexual relationships. **Sex roles**, v. 64, n. 9, p. 695-706, 2011. ISSN 0360-0025.

THOMAS, W.; ZNANIECKI, F. **The Polish Peasant in Europe and America**. New York, Dover, 1958.

TOKUMARU, R. S. et al. O efeito da infidelidade sobre a atratividade facial de homens e mulheres. **Estudos de Psicologia**, n. 1, p. 103-110, 2010. ISSN 1413-294X.

VASCONCELOS, T. **Valores humanos e traços de personalidade como explicadores de condutas socialmente desviantes**. 2004. (Dissertação de Mestrado) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2004

VASCONCELOS, T. C. et al. Preconceito e intenção em manter contato social: Evidências acerca dos valores humanos. **Psico-USF**, v. 9, n. 2, p. 147-154, 2004.

ANEXOS

ANEXO I

Levantamento de padrões faciais em função da atratividade

Por favor, responda as perguntas abaixo.

* **Por favor, copie e cole os links dos perfis nas caixas abaixo.**

URL do perfil da pessoa **mais** atraente

URL do perfil da pessoa **menos** atraente

 Exemplo de link: <http://www.facebook.com/profile.php?id=1234567890000000>

* **Qual a sua idade?**

* **Qual o seu sexo?**

Por favor, selecione... ▼

* **Qual o seu estado civil?**

Por favor, selecione... ▼

* **Qual a sua orientação sexual?**

Por favor, selecione... ▼

* **Em qual Estado você reside?**




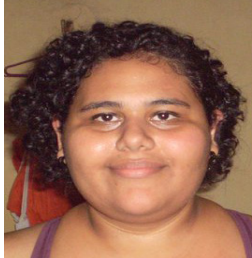








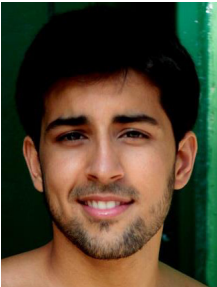




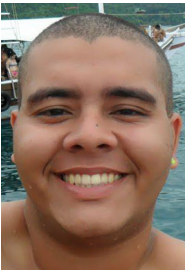


Por favor, selecione... ▼

<< Anterior

Enviar

ANEXO III

Imagens Faciais

Homens		Mulheres	
$m = 4,23$ ($dp = 1,32$)	$m = 1,50$ ($dp = 0,87$)	$m = 4,63$ ($dp = 1,18$)	$m = 1,53$ ($dp = 0,70$)
			
			
			
			
			

ANEXO IV

		CENÁRIOS
Interacional	1	Rodrigo quer ter uma relação de afeto profunda e duradoura com alguém que possa compartilhar seus êxitos e fracassos. Para ele, é importante sentir que não está só no mundo, fazer parte de um grupo de amigos e conviver bem com os vizinhos.
	2	Renata quer ter uma relação de afeto profunda e duradoura com alguém que possa compartilhar seus êxitos e fracassos. Para ela, é importante sentir que não está só no mundo, fazer parte de um grupo de amigos e conviver bem com os vizinhos.
Normativo	1	Rodrigo é uma pessoa tradicional e se preocupa em respeitar aos seus pais e aos mais velhos. Procura seguir as normas sociais, bem como cumprir seus deveres e suas obrigações do dia a dia. Crê em Deus como o salvador da humanidade e tenta exercer a sua vontade.
	2	Renata é uma pessoa tradicional e se preocupa em respeitar aos seus pais e aos mais velhos. Procura seguir as normas sociais, bem como cumprir seus deveres e suas obrigações do dia a dia. Crê em Deus como o salvador da humanidade e tenta exercer a sua vontade.
Suprapessoal	1	Rodrigo quer sentir que conseguiu alcançar todos os seus objetivos na vida, e está na tentativa de descobrir coisas novas sobre o mundo. É capaz de apreciar o melhor da arte, da música e da literatura, e gosta de ir a museus ou exposições onde possa ver coisas belas.
	2	Renata quer sentir que conseguiu alcançar todos os seus objetivos na vida, e está na tentativa de descobrir coisas novas sobre o mundo. É capaz de apreciar o melhor da arte, da música e da literatura, e gosta de ir a museus ou exposições onde possa ver coisas belas.
Existência	1	Rodrigo procura ter uma vida saudável e equilibrada. Tem uma rotina organizada e planejada, de modo que tem a certeza de que amanhã terá tudo que tem hoje. Para ele, é importante se alimentar e poder dormir bem todos os dias.
	2	Renata procura ter uma vida saudável e equilibrada. Tem uma rotina organizada e planejada, de modo que tem a certeza de que amanhã terá tudo que tem hoje. Para ela, é importante se alimentar e poder dormir bem todos os dias.
Experimentação	1	Rodrigo procura desfrutar da vida e satisfazer todos os seus desejos. Costuma desafiar o perigo e buscar aventuras, e sempre se envolve em atividades que trazem risco e emoção. Sente a necessidade de ter relações sexuais frequentes para se sentir sexualmente satisfeito.
	2	Renata procura desfrutar da vida e satisfazer todos os seus desejos. Costuma desafiar o perigo e buscar aventuras, e sempre se envolve em atividades que trazem risco e emoção. Sente a necessidade de ter relações sexuais frequentes para se sentir sexualmente satisfeita.
Realização	1	Rodrigo procura ser eficiente em tudo o que faz e sente necessidade de poder influenciar os outros e controlar decisões. Ficaria satisfeito em saber que muita gente lhe conhece e admira e, quando velho, gostaria de receber homenagens por suas contribuições.
	2	Renata procura ser eficiente em tudo o que faz e sente necessidade de poder influenciar os outros e controlar decisões. Ficaria satisfeita em saber que muita gente lhe conhece e admira e, quando velha, gostaria de receber homenagens por suas contribuições.

Nota: 1 = Versão masculina; 2 = Versão feminina.

ANEXO VI

Abaixo são apresentadas frases ou afirmações que uma pessoa poderia usar para descrever a si mesma. Leia cada afirmação e decida se ela descreve ou não você. Se você concordar com uma afirmação ou achar que ela descreve você, marque a opção “Verdadeiro” no local indicado. Se você discordar da afirmação ou achar que ela não descreve você, marque a opção “Falso” no local indicado.

	Verdadeiro	Falso
Antes de votar eu examino detalhadamente o currículo de todos os candidatos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu não tenho dúvidas de fazer qualquer coisa para ajudar alguém em dificuldades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Algumas vezes é difícil eu continuar com meu trabalho se eu não sou encorajado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu nunca tive uma forte antipatia por ninguém.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Em algumas ocasiões eu tive dúvidas sobre minha capacidade para vencer na vida.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Às vezes eu me ressinto quando não consigo fazer o que eu quero.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu sou sempre cuidadoso com a minha maneira de vestir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meus modos na mesa são tão bons em casa quanto são na rua, quando eu como fora, em um restaurante por exemplo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se eu tivesse certeza que ninguém iria me ver, eu provavelmente entraria num cinema sem pagar a entrada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Algumas vezes eu desisti de fazer coisas porque achei que não era capaz.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De vez em quando eu gosto de fofocar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Em algumas ocasiões eu senti vontade de me rebelar contra chefes ou pessoas no comando, mesmo sabendo que elas estavam certas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu sou sempre um bom ouvinte, não importa com quem eu esteja conversando.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu lembro de ter fingido estar doente para escapar de alguma coisa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Houve ocasiões em que me aproveitei de alguém.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu estou sempre disposto a admitir, quando eu cometo um erro.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu tento sempre agir da mesma maneira como digo aos outros para fazer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu não acho tão difícil lidar com pessoas desbocadas e desagradáveis.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Às vezes, em lugar de perdoar e esquecer, eu procuro me vingar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quando eu não sei alguma coisa eu não me importo nem um pouco em admitir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu sou sempre educado, mesmo com pessoas desagradáveis.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Às vezes eu realmente insisto para fazer as coisas do meu jeito.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Em algumas ocasiões senti vontade de quebrar as coisas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu nunca deixaria que outra pessoa fosse castigada por meus erros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu nunca fico chateado quando me pedem para retribuir um favor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu nunca fico irritado quando pessoas expressam idéias muito diferentes das minhas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu nunca saio de casa para um passeio longo sem verificar se o gás está desligado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Em certas ocasiões eu senti bastante inveja da boa sorte dos outros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu quase nunca tenho vontade de dar uma resposta malcriada a alguém.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Às vezes eu fico irritado com pessoas que pedem favores a mim.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu nunca achei que fui castigado sem uma razão.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Às vezes eu penso que quando acontece uma coisa ruim com as pessoas é porque elas mereceram.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu nunca falei de propósito alguma coisa que tenha magoado alguém.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ANEXO VII

A seguir encontram-se algumas características que podem ou não lhe dizer respeito. Por favor, escolha um dos números na escala abaixo que melhor expresse sua opinião em relação a você mesmo e anote no espaço ao lado de cada afirmação. Vale ressaltar que não existem respostas certas ou erradas.

	Discordo Totalmente	Discordo	Nem concordo nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente
É conversador, comunicativo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É minucioso, detalhista no trabalho, no que faz.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Insiste até concluir a tarefa ou o trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gosta de cooperar com os outros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É original, tem sempre novas idéias.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É temperamental, muda de humor facilmente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É inventivo, criativo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É prestativo e ajuda os outros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É amável, tem consideração pelos outros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Faz as coisas com eficiência.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É sociável, extrovertido.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É cheio de energia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É um trabalhador de confiança.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tem uma imaginação fértil.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fica tenso com freqüência.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fica nervoso facilmente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gera muito entusiasmo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gosta de refletir, brincar com as idéias.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tem capacidade de perdoar, perdoa fácil.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preocupa-se muito com tudo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ANEXO VIII

* Marque a opção que corresponde à sua opinião sobre as seguintes afirmações:					
	Nunca	Quase nunca	Às vezes	Quase sempre	Sempre
Sinto que sou uma pessoa de valor como as outras pessoas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu sinto vergonha de ser do jeito que sou	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Às vezes, eu penso que não presto para nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sou capaz de fazer tudo tão bem como as outras pessoas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Levando tudo em conta, eu me sinto um fracasso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Às vezes, eu me sinto inútil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu acho que tenho muitas boas qualidades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu tenho motivos para me orgulhar na vida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De modo geral, eu estou satisfeito(a) comigo mesmo(a)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu tenho uma atitude positiva com relação a mim mesmo(a)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>