

LILIANA VENTURA RODRIGUES

**AUTOCONCEITO, AUTOESTIMA E ESCOLHA DO
PARCEIRO IDEAL**

Orientador: Edgar Pereira

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Escola de Psicologia e Ciências da Vida

Lisboa

2014

LILIANA VENTURA RODRIGUES

**AUTOCONCEITO, AUTOESTIMA E ESCOLHA DO
PARCEIRO IDEAL**

Dissertação apresentada para obtenção do
Grau de Mestre em Psicologia,
Aconselhamento e Psicoterapias, no Curso
de Mestrado de Psicologia,
Aconselhamento e Psicoterapias, conferido
pela Universidade Lusófona de
Humanidades e Tecnologias

Orientador: Prof. Doutor Edgar Pereira

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Escola de Psicologia e Ciências da Vida

Lisboa

2014

Epígrafe

“Talvez não tenha conseguido fazer o melhor, mas lutei para que o melhor fosse feito. Não sou o que deveria ser, mas graças a Deus, não sou o que era antes.” (Marthin Luther King)

Agradecimentos

Em tempos, uma amiga que muito estimo escreveu: "Uma das formas de darmos atenção aos eventos positivos da nossa vida é através da gratidão. Reconhecer o que os outros fazem por nós e retribuir-lhes faz-nos sentir bem." É por isto, que não poderia deixar de agradecer. Agradecer a todos sem exceção, os que sempre tiveram ao meu lado nesta luta, que parecia não ter fim, para mim e para eles.

Em primeiro lugar, quero agradecer muito aos meus papis, as duas pessoas mais importantes na minha vida, sem eles nada disto seria possível, sem eles eu não seria eu! Devo-lhes tudo! OBRIGADA pela presença constante na minha vida! Tenho um imenso orgulho em vós!

Agradeço também aos meus amigos mais próximos. São a minha família do coração, a família que eu tive a sorte de poder escolher. Agradeço principalmente à Ritó, porque sem ela tudo teria sido mais difícil de ultrapassar, a nossa águia vigilante, sempre atenta e preocupada. Agradeço também à minha Becas, apesar da vida nos ter afastado fisicamente, na maior parte do tempo, foi ela que esteve comigo na última fase, na fase mais importante para mim. Obrigada! À Ritinha, minha babisca, amiga de luta, paciente e que esteve sempre lá! À minha Quelly, pelo companheirismo, por me ouvir e saber sempre dar os seus conselhos, minha mamã, obrigada! À Cataró, que apesar de ausente fisicamente, esteve presente muitas vezes, que me ouviu, e que irá ultrapassar também esta etapa da forma que melhor sabe, sendo guerreira! Poderia agradecer, individualmente a todos, todos os que ansiaram para que esta fase terminasse, para que eu pudesse voltar a estar presente como antes. Ao meu Tiozicas, pela força, pelas risadas, pelos momentos de desabafo! Obrigada a todos, mesmo os que não citei o nome, guardo-os a todos no meu coração!

Agradeço à minha família AMRT, trabalho que muito estimo, sem o vosso apoio não conseguiria ter chegado ao fim. Obrigada pela disponibilidade, pelos dias de dispensa, pelos momentos de alegria, luta e fé de que melhores dias estariam para chegar.

Ao professor Edgar Pereira, obrigada pela sabedoria, pela experiência de vida, pela boa disposição, mas acima de tudo por ter estado presente, independentemente do meu percurso! Muito Obrigada!

Aos restantes professores que guardo com muito carinho no meu coração, que me ensinaram a ser uma pessoa diferente, a olhar a realidade com outros olhos.

A todos os outros, que também fazem parte de mim, o meu muito obrigada por tudo!

Resumo

A presente investigação, de natureza exploratória, tem como objetivo perceber a relação entre as variáveis autoconceito, autoestima e a escolha do parceiro ideal. Para tal, foi tida em conta uma amostra total de 400 participantes, com média de idade de 25,78, com desvio padrão de 4,716. A recolha foi realizada através de uma plataforma virtual «Google Drive». O protocolo integrava o Inventário Clínico de Autoconceito (Vaz Serra, 1985), a Escala de Autoestima (Rosemberg, 2001) e a Escala de Atributos de um Parceiro Ideal (Gomes, 2010), adaptada a partir de estudos realizados por Buss & Barnes (1986), tendo em conta a Psicologia Evolutiva. A mesma é dividida por 5 subdimensões (afetuosa, tradicional, atlética, sociável e família). Os resultados evidenciam que quanto maior o autoconceito, maior é a valorização das subdimensões da escolha do parceiro ideal (sociável $p=0,001$; afetuoso $p<0,001$; tradicional $p=0,726$; família $p=0,333$; atlético $p<0,043$). Que quanto maior é a autoestima, menor é a valorização da subdimensão sociável tal como da subdimensão afetuoso, sendo que nas restantes subdimensões a relação não é estatisticamente significativa (sociável $p=0,024$; afetuoso $p<0,001$; tradicional $p=0,904$; família $p=0,312$; atlético $p=0,068$). Por outro lado, foi possível perceber a existência de diferenças significativas entre géneros, face às subdimensões afetuosa (feminino $p=0,000$; masculino $p=0,000$) e atlética (feminino $p=0,200$; masculino $p=0,200$), sendo que as mulheres valorizam em maior escala o aspeto emocional e os homens a atratividade física. De forma a complementar os resultados obtidos, foi realizado um estudo também exploratório relativamente a variáveis mediadoras.

Palavras-Chave: Autoconceito, Autoestima; Parceiro Ideal; Psicologia Evolutiva.

Abstract

This exploratory research aims to understand the relation between the following variables: self-concept, self-esteem and choosing the ideal partner. To this end, the total sample contemplated 400 participants with an age average of 25.78 and a standard deviation of 4.716. The data collection was conducted by using the virtual platform “Google Drive”. The protocol incorporated the Self-Concept Clinical Inventory (Vaz Serra, 1985), the Rosenberg Self-Esteem Scale (Rosenberg, 2001) and the Ideal Partner Attributes Scale (Gomes, 2010) which was adapted following the studies conducted by Buss & Barnes (1986) and in light of the field of Evolutionary Psychology. This scale is divided into 5 sub-dimensions (affectionateness, traditional, athleticism, sociability and family). The results demonstrate that the higher the self-concept, the more one values the sub-dimensions of choosing the ideal partner (sociability $p=0.001$; affectionateness $p < 0.001$; traditional $p=0.726$; family $p=0.333$; athleticism $p < 0.043$). Furthermore, it became clear that there are considerable gender differences regarding the affective (female $p=0.000$; male $p=0.000$) and athletic (female $p=0,200$; male $p=0,200$) sub-dimensions with women generally giving more importance to the emotional aspect and men to physical attractiveness. In order to supplement the achieved results, a study of equally exploratory nature was carried out regarding intermediary variables.

Keywords: Self-concept; Self-Esteem; Ideal Partner; Evolutionary Psychology.

Índice Geral

INTRODUÇÃO	11
Capítulo 1. Fundamentação Teórica e Revisão Bibliográfica.....	14
1.1.Autoconceito e Autoestima.....	15
1.1.1.Definição e génese do autoconceito	15
1.1.2.Constituintes do Autoconceito: Identidade e Autoestima	20
1.1.3.Autoestima e seus conceitos.....	22
1.2.Psicologia Evolutiva e Escolha de Parceiros.....	24
1.2.1.Enquadramento Histórico da Psicologia Evolutiva.....	24
1.2.2.Psicologia Evolutiva e Escolha de Parceiros.....	25
1.2.3.Escolha de Parceiros e Seleção Sexual	26
1.2.4.Atração Interpessoal, Sexualidade e Relações Íntimas	28
1.2.5. A dinâmica da atração: determinantes da atração e génese das relações interpessoais	29
1.2.6.Escolha de Parceiros, Autoconceito e Autoestima.....	31
1.3.Pertinência do Estudo.....	33
1.4.Questão de Investigação e Hipóteses.....	33
Capítulo 2. Método	34
2.1.Participantes.....	35
2.2.Medidas.....	37
2.2.1.Inventário Clínico de Auto-Conceito	37
2.2.2.Escala de Autoestima de Rosenberg	37
2.2.3.Escala de Atributos do Parceiro Ideal	38
2.3.Procedimento.....	39
Capítulo 3. Resultados	40
3.1.Resultados.....	41
3.2.Testes da Normalidade e Validade	44
3.2.1. Estudo do teste das hipóteses	44
3.2.2. Estudo das Variáveis Mediadoras	52
Capítulo 4. Discussão	60
4.1.Implicações	64
4.2.Limitações do Estudo.....	65

4.3. Sugestões	65
Conclusão	66
Referências	69
ANEXOS	i
APÊNDICES.....	i

Índice de Tabelas

Tabela 1: Variáveis Sociodemográficas Agrupadas.....	36
Tabela 2: Teste de Normalidade das escalas com base nos testes Kolmogorov-Smirnov e Shapiro-Wilk	41
Tabela 3: Testes de validade das escalas, com base nos testes Kaiser-Meyer-Olkin e de Esfericidade de Bartlett	41
Tabela 4: Análise Fatorial da Escala de Autoconceito.....	42
Tabela 5: Análise Fatorial da Escala dos Atributos do Parceiro Ideal	43
Tabela 6: Correlações das dimensões Autoconceito – Parceiro Ideal.....	45
Tabela 7: Correlações das dimensões Autoestima – Parceiro Ideal	46
Tabela 8: Testes de Normalidade com base nos testes Kolmogorov-Smirnov e Shapiro-Wilk das subdimensões Afetuoso, Tradicional e Atlético.....	48
Tabela 9: Teste de Homogeneidade de variância das subdimensões da Escala de Atributos do Parceiro Ideal.....	48
Tabela 10: Testes de Normalidade com base nos testes Kolmogorov-Smirnov e Shapiro-Wilk da dimensão do Parceiro Ideal.....	50
Tabela 11: Teste Homogeneidade de Variância da dimensão do Parceiro Ideal	50
Tabela 12: Testes de Normalidade com base nos testes Kolmogorov-Smirnov e Shapiro-Wilk das relações de carácter passageiro e subdimensão Atlético	51
Tabela 13: Teste da Homogeneidade de variância da subdimensão Atlético	51
Tabela 14: Correlação entre Autoconceito e Escolha de Parceiro	53
Tabela 15: 1ª Regressão – Teste dos coeficientes autoconceito e subdimensão Atlético	53
Tabela 16: 2ª Regressão – Teste do coeficiente Autoconceito.....	54
Tabela 17: Correlação entre Autoconceito e Escolha do Parceiro	54
Tabela 18: 1ª Regressão:Teste dos Coeficientes autoconceito e subdimensão afetuoso.....	55
Tabela 19: 2ª Regressão: Teste do coeficiente Autoconceito.....	55
Tabela 20: Correlação entre Autoconceito e Escolha de Parceiro	56
Tabela 21: 1ª Regressão - Teste dos coeficientes Autoconceito e subdimensão Sociável	57
Tabela 22: 2ª Regressão - Teste de coeficiente Autoconceito.....	57
Tabela 23: Correlação entre Autoestima e Escolha de Parceiro.....	58
Tabela 24: 1ª Regressão - Teste de coeficientes Autoconceito e Autoestima.....	58
Tabela 25: 2ª Regressão - Teste de coeficientes Autoestima	59

Índice de Figuras

Figura 1: Subdimensão Atlético como variável mediadora da relação entre Autoconceito e Parceiro Ideal.....	52
Figura 2: Subdimensão Afetuoso como variável mediadora da relação entre Autoconceito e Parceiro Ideal.....	54
Figura 3: Subdimensão Sociável como variável mediadora da relação entre Autoconceito e Parceiro Ideal.....	56
Figura 4: Autoconceito como variável mediadora da relação entre Autoestima e Parceiro Ideal	57

Índice de Anexos

ANEXO I – Protocolo de Investigação	ii
--	----

Índice de Apêndices

APÊNDICE I- Questionário sociodemográfico.....	ii
APÊNDICE II – Consentimento Informado.....	iv
APÊNDICE III – Pressupostos: Autoconceito vs Subdimensão Sociável.....	vi
APÊNDICE IV – Autoconceito vs Subdimensão Afetuoso	viii
APÊNDICE V- Autoconceito vs Subdimensão Atlético	x
APÊNDICE VI – Autoconceito vs Subdimensão Parceiro Ideal	xii
APÊNDICE VII – Autoestima vs Subdimensão Sociável	xiv
APÊNDICE VIII – Autoestima vs Subdimensão Afetuoso	xvi
APÊNDICE IX – Autoestima vs Subdimensão Parceiro Ideal	xviii

INTRODUÇÃO

O presente trabalho incide sobre a compreensão na relação entre variáveis como o autoconceito, autoestima e a escolha do parceiro ideal. A relevância deste estudo baseia-se no facto de tanto o autoconceito como a autoestima, desempenharem um papel fundamental no desenvolvimento das relações interpessoais e consequentemente na escolha do parceiro ideal.

O autoconceito assume-se como uma das funções mais importantes da personalidade, caracterizando-se como a percepção que o indivíduo tem acerca de si próprio, tal como as capacidades que possui, as suas atitudes e valores (Carapeta, Ramires & Viana, 2001). O autoconceito é influenciado por diversos aspetos, através da interação com os seus pares, aspetos relacionados com os seus próprios comportamentos, crenças e suas consecutivas observações. O indivíduo forma com base na interação no seu contexto social e nas suas crenças, a sua autoimagem, crenças essas que advêm das experiências e das relações estabelecidas ao longo da sua vida. Por outro lado, o indivíduo realiza autoavaliações acerca de si próprio, denominada esta percepção avaliativa por autoestima (Clemente, 2008).

Ao contrário do autoconceito, caracterizado por diversos autores, como detentor de um carácter principalmente cognitivo, a autoestima classifica-se essencialmente de carácter emocional e avaliativo, podendo ou não estar associada à componente avaliativa do autoconceito (Azevedo & Faria, 2006).

Tendo por base os referidos constructos, importa perceber de que forma esses se relacionam com a escolha do parceiro ideal, uma vez que as interações com os pares e as relações interpessoais, se apresentam uma constante no decorrer da experiência de vida dos indivíduos, e se assume como um processo natural.

Segundo Buston & Emlen (2003) a procura do companheiro e sua preferência estaria positivamente relacionada com os níveis de autoconceito dos indivíduos. Existindo relações positivas entre o autoconceito e algumas das características preferenciais na escolha do parceiro ideal, tanto nos homens como as mulheres.

Inúmeros estudos enfatizam as diferenças sexuais da escolha de parceiros, nomeadamente as características preferenciais para cada género. De modo geral, os homens procuram parceiras que possuam um elevado nível de fecundidade e fertilidade, com capacidade de gerar e cuidar da sua prole. No que diz respeito às mulheres, estas procuram homens com capacidade socioeconómica elevada, relacionada com a proteção e o fornecimento de recursos para com ela e a sua prole. O processo de escolha de parceiros integra-se no processo da seleção sexual (Buston & Emlen, 2003).

Darwin (1871/2004), desenvolveu o conceito de seleção sexual de forma a explicar ligações à biologia reprodutiva dos animais, as quais não seriam possíveis de atribuir à

seleção natural. A teoria da seleção sexual tem sido alvo de grandes confrontos científicos, estudada por vários campos de pesquisa científica, como a antropologia, psicologia evolutiva entre outras. Se os indivíduos são atraídos por determinadas características, estes irão tendencialmente competir entre si, de forma a aceder aos parceiros do sexo oposto com essas características, o que irá favorecer a habilidade competitiva.

Segundo a psicologia evolutiva, as características e crenças similares podem ser fulcrais na formação e manutenção de uma relação de longa duração, bem como determinadas características semelhantes, são importantes para as interações iniciais e convívio entre os parceiros em potencial (Buss, 1989).

Os padrões de escolha de parceiros em humanos têm sido amplamente estudados, no entanto a relação entre as três variáveis apresentadas é escassa e nesse sentido, torna-se pertinente o presente trabalho, que assume, por isso, um carácter exploratório.

Este é constituído primeiramente por um capítulo de enquadramento teórico relativo ao autoconceito e autoestima, abordando-se a definição e génese do autoconceito, constructos como a identidade e a autoestima e seus conceitos.

Num segundo ponto, torna-se pertinente estudar a perspetiva histórica da escolha de parceiros, recorrendo à psicologia evolutiva, como base fundamental do desenvolvimento do tema. Posteriormente, será desenvolvido a relação entre a psicologia evolutiva e a escolha de parceiros, bem como a seleção sexual, a atração interpessoal, sexualidade e as relações íntimas. Também a dinâmica da atração relacionada com as relações interpessoais será abordada de forma a ser possível uma melhor perceção do tema a desenvolver. Como último ponto do presente capítulo é pretendida uma abordagem que relacione as três variáveis principais do trabalho, o autoconceito, autoestima e a escolha do parceiro ideal.

Após referida a pertinência do estudo e a definição das hipóteses de investigação, surge um segundo capítulo, método, este tem por objetivo referir o tipo de participantes da investigação, as medidas utilizadas para a recolha da amostra e ainda o procedimento utilizado para a elaboração do presente trabalho.

Num terceiro capítulo serão apresentados os resultados, através do estudo da normalidade e validade e ainda as variáveis mediadoras da investigação.

Por fim, no quarto capítulo será elaborada uma discussão final da investigação, bem como as suas implicações, limitações e sugestões futuras.

Capítulo 1. Fundamentação Teórica e Revisão Bibliográfica

O autoconceito é considerado um processo relevante para a escolha de parceiros, tal como a autoestima, aquando da avaliação, que o indivíduo faz a si próprio e ao parceiro (Kirkpatrick & Ellis, 2001). O presente capítulo pretende abordar elementos históricos acerca do autoconceito, autoestima e escolha de parceiros, desenvolvendo a perspetiva evolutiva de forma a possibilitar uma visão panorâmica sobre este processo e apresentando teorias a respeito.

1.1.Autoconceito e Autoestima

1.1.1.Definição e génese do autoconceito

O autoconceito tem-se tornado ao longo dos tempos, um termo muito aplicado às ciências sociais, sendo o mesmo denominado por outros autores como, self-knowlegde, self-theory, self-system e self-description, complexificando assim a sua interpretação e contextualização na literatura (Wylie,1974).

Segundo Roid & Fitts (1989), o autoconceito destaca-se por ser um dos fatores mais relevantes para o estudo do comportamento humano, uma vez que a perceção que os indivíduos têm acerca de si, influencia diretamente as suas ações.

Vaz Serra (1988), entende que existem quatro tipos de influências na construção do autoconceito. O indivíduo tende a observar-se da forma como os outros o consideram, há uma relação entre o feedback e as autodescrições. O indivíduo foca-se na perceção do seu desempenho, elaborando facilmente comparações com os pares sociais, com os quais existe algum tipo de identificação e por último o autor refere que é tida em conta a avaliação de um comportamento específico, de acordo com os valores presentes nos grupos normativos.

Bandura (1986), definiu autoconceito como uma “visão composta de um indivíduo, que é formada através da experiência direta e avaliações adotadas de outras pessoas significativas” (p.409).

Assumindo o exposto anteriormente, Nelson-Jones (1994), considera que existem, também, quatro fatores que se encontram na base da formação do autoconceito. A forma como um indivíduo é julgado pelos outros através do seu comportamento, tem relevância se forem comentários depreciativos à identidade do indivíduo, principalmente quando o mesmo ainda não desenvolveu plenamente a sua capacidade do pensamento lógico, tornando-se fundamental o papel dos pais, como modelos e fontes de reforços (Wylie, 1979).

Como já foi referido, outra influência na formação do autoconceito deriva do feedback que o indivíduo possui acerca do seu próprio desempenho, sendo este quando positivo

indicador de um bom autoconceito e vice-versa. A comparação que o indivíduo faz entre o seu próprio comportamento e o dos pares sociais levam o indivíduo a conceber-se como mais capaz ou menos capaz, melhor ou pior do que os outros (Vaz Serra, 1986). Por último, segundo o mesmo autor, a satisfação do indivíduo varia consoante o julgamento que tem acerca do seu próprio comportamento, tendo em conta as regras veiculadas num determinado grupo normativo em que esteja inserido.

O autoconceito é um construto central aquando da medição dos comportamentos dos indivíduos. Entenda-se que quanto melhor é o autoconceito melhor é a interação com o meio, isto é, melhor é o seu ajustamento (Vaz Serra, 1988). O autor diferencia o autoconceito em autoconceito real e autoconceito ideal. O autoconceito real diz respeito a como o indivíduo é ou se considera ser, já o último indica como o mesmo desejaria ser. Ambos podem estar próximos ou afastados, dependendo do indicador de autoaceitação, ou seja, quando maior é a diferença entre os dois, maior é a aceitação que o indivíduo tem de si (Vaz Serra, 1988).

Wells & Marwell (1976), reforçam que o autoconceito permite descrever, explicar e prever os comportamentos dos indivíduos, considerando Vaz Serra (1988), que neste sentido, é possível compreender a consistência, a coerência e a uniformidade ou continuidade dos mesmos comportamentos ao longo do tempo. É um constructo teórico que apresenta características importantes, uma vez que engloba o que se denomina por identidade do indivíduo. Através da identidade é possível perceber a forma como esta interage com os outros e como lida com áreas referentes às suas necessidades e motivações. Este construto possibilita a compreensão de aspetos como o autocontrolo, isto é, quais as razões que levam um indivíduo a inibir ou a desenvolver comportamentos específicos, ou o motivo pelo qual determinadas emoções surgirem em contextos aleatórios, sendo possível a relação com certos traços e atitudes de personalidade (Vaz Serra, 1986).

Vaz Serra (1988), acrescenta que o autoconceito é estruturado e organizado por várias facetas, entre elas a autoimagem. Não existe apenas uma autoimagem, mas sim várias, que se organizam hierarquicamente consoante o valor que o indivíduo lhes atribui consoante a sua vida, permitindo distinguir o autoconceito geral, académico, social, emocional e físico.

Já segundo Mosquera, Stobäus, Jesus e Herminio (2006), a autoimagem encontra-se na base para a autoestima, sendo que esta se refere ao conhecimento individual de si próprio e no desenvolvimento das suas potencialidades, também na perceção das suas emoções, sentimentos, atitudes e ideias, direcionadas para a dinâmica pessoal.

Esteban (1996) considera o autoconceito como uma organização interna de atitudes, analisando três componentes primárias. A componente cognitiva que indicia o aspeto

perceptivo do autoconceito que se denomina de autoimagem, e referente às crenças ou opiniões que o indivíduo tem de si mesmo, tal como refere Vaz Serra (1998) no anteriormente exposto.

A autoimagem é uma componente do autoconhecimento, que por sua vez se subdivide em três componentes, a autoimagem real, ideal e social. No que concerne à autoimagem real, esta diz respeito à imagem que o indivíduo possui das suas próprias características, a imagem ideal revela a imagem que gostaria de ter ou ser, e a imagem social é a representação que tem de si em prol da opinião dos pares sociais (Burges, 2006).

Posto isto, Markus & Nurius (1986), descrevem o conceito de «possible selves», ou seja, de self ideal, real e do que o indivíduo gostaria de ser num futuro. Estes, relacionam-se com o modo que indivíduos encaram as suas potencialidades e o seu futuro, sendo caracterizadas por representações cognitivas, aspirações e medos com o fim de enaltecer o autoconceito de forma positiva, com base no passado e em comparações com os pares.

Outra das componentes do autoconceito, assinalada por Vaz Serra (1986) é a autoestima, numa perspetiva clínica será possivelmente a de maior relevância. A autoestima define-se pela avaliação que é feita pelo indivíduo tendo em conta as suas qualidades, o seu desempenho, virtudes ou valor moral. Tendo em conta a autoestima, quando nos referimos à autoestima alta é possível verificar que os indivíduos se consideram competentes ou eficazes nas suas tarefas, já o inverso indica que o indivíduo tende a auto depreciar-se.

Esta componente avaliativa ou afetiva, de acordo com Esteban (1996) indicia um estado em que o indivíduo se encontra portador ou não de valores e qualidades relevantes para si e para os outros, mais uma vez através da comparação entre a autoimagem real e ideal.

A autoestima é muitas vezes encarada como equivalente ao autoconceito ao nível da literatura, constituindo-se um dos fatores mais importantes do bem-estar psicológico e do funcionamento social do indivíduo (Tamayo et al., 2001).

No que respeita à componente comportamental Esteban (1996) refere que o indivíduo tendencialmente se comporta de acordo com a aceitação ou não que os seus atos têm na sociedade. Burgos (2006), acrescenta que o indivíduo utiliza a estratégia de autoapresentação com o fim de provocar no outro uma imagem positiva acerca de si próprio, estando esta componente diretamente ligada com a autoperceção do indivíduo.

As componentes apresentadas anteriormente, apesar de distintas relacionam-se entre si, na medida em que a forma como o indivíduo se percebe influencia a forma como se comporta tendo em conta o que é socialmente desejável, reforçando que estas componentes não são estanques no tempo, mas que se vão moldando ao longo da vida do indivíduo (Tamayo et al., 2001).

Outro dos aspetos centrais quando é referido o autoconceito é a autoeficácia, a qual foi definida como “a crença na própria capacidade de organizar e executar cursos de ações requeridas para produzir determinadas realizações” (Bandura, 1997, p.3).

É possível afirmar que um indivíduo que se considera eficaz, envolve um julgamento pessoal de acordo com um determinado domínio, não se referindo apenas à capacidade que o indivíduo possui, mas sim tendo em conta as crenças que o mesmo tem em relação às suas capacidades de realização em várias circunstâncias (Bandura, 1982).

O mesmo autor Bandura (1986) refere outro conceito utilizado pela teoria cognitivo social, relativamente às crenças que o indivíduo desenvolve do seu desempenho em determinadas atividades, denominada de autoeficácia. Esta, envolve a autocritica que cada indivíduo efetua a seu respeito quanto às suas capacidades de realização e organização em diversas situações, podendo até condicionar o indivíduo quando a crença a seu respeito não vai de encontro aos resultados obtidos.

De acordo com Faria (2005), ao longo do ciclo de vida as diversas dimensões do autoconceito assumem diferentes importâncias, de acordo com as transformações pessoais de cada indivíduo e fundamentalmente, devido aos diversos contextos em que o mesmo se vai inserindo. O autoconceito é um produto estrutural da atividade reflexiva e suscetível a mudanças, de acordo com novos papéis, situações ou transições do ciclo normal da vida do indivíduo (Demo, 1992).

Segundo Harter (1996), este construto pretende atribuir significado às várias experiências de vida, suportando a coerência do self, tendo presente as vivências do passado e a capacidade mental de projetar no futuro, guiando o comportamento do indivíduo, pretende também, e segundo o mesmo autor, assumir um papel protetor, satisfazendo as necessidades do mesmo e transmitindo-lhe segurança.

As experiências do indivíduo, apesar da sua diversidade sustentam as perceções sobre si (Shavelson et al., 1976).

Tendo em conta que o autoconceito se caracteriza por ser, de uma forma generalista, a percepção que o indivíduo tem sobre si, Hidalgo & Palácios (1995), referem que a evolução das autoperceções se liga ao desenvolvimento psicológico, o qual possibilita um autoconceito mais diferenciado e articulado e cada vez menos global. Ainda de acordo com os mesmos autores, o desenvolvimento do auto conhecimento pode estar relacionado com as capacidades cognitivas e com as interações sociais do indivíduo, acrescentando que estes têm em consideração aspetos pessoais que vão de encontro ao contexto social particular. Isto é, a

comparação social poderá constituir-se relevante para o auto conhecimento dos indivíduos (Markus & Wurf, 1987).

Segundo (Markus & Wurf, 1987), ao longo dos anos o indivíduo vai desenvolvendo um determinado conservadorismo cognitivo, o qual organiza, de forma seletiva, as percepções, as memórias e os esquemas mentais.

A autopercepção do indivíduo influencia diretamente o tipo de informação que o mesmo considera importante para si, isto é, a informação consistente armazenada para um determinado esquema mental é conduzida à memória quando necessário (Leahy, 1985). O mesmo autor refere ainda que a recolha seletiva desta informação pode potenciar a formação de juízos não reais provocando posteriormente emoções desagradáveis.

Neste sentido, Firestone (1987) salienta que o autoconceito permite que o indivíduo desenvolva um esquema de pensamento próprio ligado a sentimentos e atitudes, admitindo que este elabore juízos de valor a seu respeito e dos outros e consequentemente das suas competências e fragilidades.

A compreensão do autoconceito implica o reconhecimento do self como uma entidade física, psicológica e social prolongada no tempo. Deste modo, considera-se central no desenvolvimento do sistema cognitivo dos indivíduos, tendo presente factos passados e perspectivas futuras, gerindo deste modo as suas relações sociais, uma vez que se tal não acontecesse o comportamento do indivíduo seria dissociado de acontecimentos imediatos, não existindo compreensão dos comportamentos do mesmo e a sua satisfação social seria inexistente (Harter, 1996).

Segundo Rosenberg & Kaplan (1982) o autoconceito compreende componentes, estruturas, dimensões, focos de atenção, regiões, planos e motivos. Sendo as componentes as partes pelas quais o autoconceito é constituído, estas assumem diferentes significados mediante o indivíduo em causa.

Os mesmos autores referem que o que se torna mais importante na estrutura dos componentes é a sua ordem, ou seja, as dimensões classificam-se como qualidades abstratas que dizem respeito às componentes específicas do self. A autoestima e a autoconfiança são dimensões distintas associadas ao autoconceito. Como foi referido anteriormente, a autoestima refere-se à avaliação que é feita pelo indivíduo, tendo em conta a opinião dos outros e a autoconfiança e às crenças que o indivíduo possui acerca de si tendo em conta os seus valores. Segundo Rosenberg & Kaplan (1982), a autoconfiança contribui para a autoestima, sendo que o foco da atenção do autoconceito é o self considerado como centro da consciência do indivíduo.

Shavelson et al 1972, desenvolveram um modelo, baseado na literatura existente acerca do autoconceito, que tem como fundamentos a organização, a estrutura, a multidimensionalidade, a hierarquia, um carácter avaliativo e descritivo. Referem ainda que o autoconceito geral se situa no topo do cume e que, posteriormente se divide em autoconceito académico e não académico. O académico subdivide-se em componentes específicas como a leitura e a matemática, já o não académico foca o autoconceito social, físico e emocional.

Vários são os autores que se identificam com a organização do modelo anteriormente exposto face ao autoconceito, nomeadamente Hattie (1992) e Esteban (1996).

Esteban (1996), caracterizou a estrutura do autoconceito como um subsistema de conceitos hierarquicamente organizados internamente e com consistência, centrados num sistema conceptual amplamente denominado de personalidade. Este, contém diversos constructos empíricos como o material, pessoal, adaptativo e o social. Por ser uma organização dinâmica desenvolve-se com a experiência e com a interação social contribuindo para o funcionamento normal do indivíduo. O autor reforça a ideia de que uma necessidade básica do autoconceito é a relação com outros aspetos do self, que surgem através de necessidades cumprindo funções básicas, nomeadamente a organização de fatos relacionados com experiências em subsequências de ação-reação previsíveis e a satisfação de necessidades evitando a desaprovação e a ansiedade.

Concluindo, é neste sentido que o autoconceito se caracteriza como uma estrutura dinâmica suscetível de ser modificado (Shavelson et al 1972).

1.1.2. Constituintes do Autoconceito: Identidade e Autoestima

Löchel (1983) refere que um indivíduo com um bom autoconceito atribui, na maioria dos casos, o sucesso a atributos internos, como o esforço, enquanto os fracasso são atribuídos a questões externas, tais como a sorte ou a facilidade da tarefa. Conhecidas como estratégias, estas permitem ao indivíduo desejar novos êxitos, possibilitando o aumento do seu esforço.

Tal como vários outros autores, Roid & Fitts (1989) admitem o autoconceito como um constructo multidimensional e que as dimensões que o integram correspondem a domínios de percepção do self. Neste sentido, existem dimensões externas que assinalam a avaliação relativa a diversas áreas do self como física, ético-moral, pessoal, familiar e social, as quais remetem para o próprio indivíduo e para a questão social. Já as dimensões internas realçam a

avaliação pessoal de padrões cognitivos, afetivos e comportamentais, ou seja, a identidade, satisfação e comportamento.

Neste sentido Gécas (1982) enuncia a necessidade de distinguir as identidades e a autoestima. As identidades relacionam-se com o conteúdo do autoconceito. A autoestima com a avaliação que o indivíduo produz a seu respeito.

Vaz Serra (1986) realça que qualquer indivíduo pode possuir diversas identidades, isto é, dependendo da que for mais predominante na vida do indivíduo será a que se encontra numa escala hierárquica mais elevada.

A identidade é geralmente referenciada aos aspetos do self que refletem significativamente os investimentos de tempo, energia e compromisso pessoal. Sendo considerada como o elemento mais importante do self (George, 2001).

Apesar de as identidades assumirem um papel importante na reflexão acerca do autoconceito, a autoestima desempenha um papel mais relevante na prática clínica (Vaz Serra, 1986).

Segundo o mesmo autor, a autoestima resulta da relação que se estabelece entre os objetivos que um indivíduo estabelece e o êxito no alcance dos mesmos. Sempre que o processo se revela positivo, ou seja, os objetivos são concretizados, o indivíduo assume uma boa autoestima, já quando o inverso acontece o indivíduo tende a desmoralizar e a desenvolver uma baixa autoestima.

Entende-se por autoestima um conjunto de sentimentos e pensamentos do indivíduo sobre seu próprio valor, competência e adequação, que se reflete em uma atitude positiva ou negativa em relação a si mesmo (Rosenberg, 1965).

Coopersmith (1989) ressalta que o ponto fundamental da autoestima é o aspeto valorativo, o que influencia na forma como o indivíduo elege suas metas, aceita a si mesmo, valoriza o outro e projeta suas expectativas para o futuro (Bednar & Peterson, 1989).

A autoestima relaciona-se a constructos psicológicos como bem-estar (Sánchez & Barrón, 2003) e autoconceito (Martín-Albo et al, 2007), sendo amplamente investigada no campo da psicologia da personalidade (Schmitt & Allik, 2005).

Alguns pesquisadores têm visto a autoestima como traço (refletindo estabilidade durante um período de tempo) e estado (refletindo uma resposta a situações ou eventos de vida) (Harter & Whitesell, 2003), enquanto outros sugerem que o desenvolvimento deste atributo possui descontinuidades ao invés de um curso estável ao longo do ciclo vital (Cole et al., 2001).

A autoestima é considerada um dos principais preditores de resultados favoráveis na adolescência e na vida adulta, tendo implicações em áreas como sucesso ocupacional, relacionamentos interpessoais e desempenho académico (Trzesniewski et al, 2003).

Adicionalmente, a avaliação desta característica vem sendo considerada uma ferramenta importante na identificação e na prevenção de problemas psicológicos. Em jeito de conclusão importa esclarecer, no entanto, diferenças significativas no que diz respeito ao autoconceito e à autoestima. Goñi & Fernández (2009) referem que o autoconceito indica a ideia que cada indivíduo tem a seu respeito, tendo em conta uma dimensão cognitiva ou preceptiva, já a autoestima remete para o apreço ou estima que o indivíduo sente por si próprio, isto é, uma vertente avaliativa ou afetiva. Mostrando-se, assim, ambas relacionadas entre si.

1.1.3. Autoestima e seus conceitos

A autoestima, é considerada frequentemente como uma componente avaliativa e valorativa do indivíduo acerca de si próprio, esta encontra-se relacionada com as capacidades, atitudes reais do indivíduo (Korman, 1967).

Inicialmente o presente construto foi estudado por teóricos da psicologia como James, Alfred Adler, George Herbert Mead, e Gordon Allport. Ao longo do tempo as investigações alargaram-se com o objetivo de tornar a autoestima como uma entidade global.

A autoestima terá sido abordada de variadas formas. Autores como Dutton & Brown (1997) desenvolveram constructos como a autoestima global e específica. No que concerne à autoestima global, esta refere-se à forma como o indivíduo se sente em relação a si próprio, já a autoestima específica diz respeito à forma como os indivíduos avaliam as suas capacidades e atitudes, isto é, a forma como o indivíduo se vê irá influenciar a percepção que os outros têm a seu respeito. Deste modo, as respostas cognitivas são influenciadas de acordo com o sucesso ou insucesso, sendo que a autoestima específica influencia as respostas emocionais. Os mesmos autores, identificam a autoestima global como mais determinante, uma vez que esta envolve a forma como o indivíduo se sente de acordo com um fracasso, estando neste sentido, relacionada também, com a forma de ultrapassar um obstáculo e de lidar com a rejeição (Dutton & Brown, 1997).

Segundo James (1890) a autoestima abrange todas as características do indivíduo, ou seja, o corpo, as competências sociais, rede familiar e social, entre outros. O autor refere ainda que quando alguma destas características é colocada em causa, a autoestima do indivíduo aumenta ou diminui consoante o impacto positivo ou negativo no mesmo.

A autoestima é muitas vezes encarada como um sentimento duradouro e relacionado com a afetividade e valor pessoal, que tem por base autopercções. A autoestima relaciona-se com a forma como um feedback é entendido, se o indivíduo for detentor de um bom nível de autoestima irá suportar eficazmente um feedback do exterior (Bednar & Peterson, 1995). Segundo os mesmos autores, um individuo que possua um bom nível de autoestima, possui igualmente um bom raciocínio pessoal adequado em determinadas situações, bem como um sentimento de satisfação relativamente às suas atitudes, ou seja, é detentor de uma boa capacidade de autoavaliação. Por outro lado, indivíduos com níveis baixos de autoestima, apresentam grandes dificuldades em lidar com críticas exteriores, demonstrando facilmente sentimentos de inadequação (Korman, 1967).

Autores referem que a autoestima é construída ao longo do desenvolvimento humano, sendo um conceito dinâmico, variando consoante o comportamento d individuo (Bednar & Peterson, 1995).

A autoestima é muitas vezes associada a abordagens tradicionais, referindo que esta se torna o reflexo das aprendizagens sociais e interpessoais, sugerindo que os indivíduos se sentem de acordo com a forma como são tratados socialmente, existindo, assim, uma sobrevalorização do que é dito no seu meio envolvente (Bandura, 1986).

Allort (1937), Hamachek (1978), James (1918), reforçam que os indivíduos que tendem a ser valorizados e acarinhados ao longo do seu desenvolvimento, tendem a ter uma autoestima mais elevada, comparando com indivíduos que possuem um meio envolvente mais desfavorecido. No entanto, não é permitido considerar apenas os fatores externos psicológicos ao individuo, deve ser igualmente considerada tendo em conta a questão social.

De salientar, que a autoestima é considerada uma necessidade psicológica, que depende da visão do exterior e de questões culturais, funcionando como um mediador das relações interpessoais, regulando a aceitação social do meio envolvente, de forma a evitar a rejeição da sociedade (Leary, Tambor, Terdal & Downs (1995).

Rosenberg (1965), refere que a autoestima, tal como os comportamentos dos indivíduos têm uma componente afetiva e/ou cognitiva. Autoestima elevada, implica afetos positivos, contrariamente à baixa autoestima que implica afetos negativos.

A autoestima baseia-se, segundo Brown (1993), em processos emocionais, ou seja aspetos positivos e negativos acerca de si mesmo. A autoestima varia consoante os momentos específicos do individuo e da altura da sua vida. Pessoas com baixa autoestima, tendem a vivenciar os acontecimentos da sua vida de forma mais negativa, tendendo a ser mais ansiosos, deprimidos, invejosos e solitários. A autoestima é entendida como um fator de equilíbrio, para pessoas com alta autoestima, provocando uma sensação de segurança e proteção Brown (1993).

Indivíduos com elevados níveis de autoestima, ultrapassam a rejeição e os momentos de maior angústia com maior facilidade, do que os indivíduos com baixa autoestima (Bandura, 1977).

Contudo o autor, refere que por vezes os indivíduos com autoestima elevada não se mostram tão empenhadas na realização de tarefas quanto os indivíduos com pouca autoestima, uma vez que a autoavaliação realizada de si próprio, quando nos referimos a indivíduos com elevada autoestima é sempre muito favorável e beneficiadora do próprio (Brown, 1993).

A autoestima, segundo Brown (1993) como já referido anteriormente, é influenciada pelo contexto social e as relações com as quais o individuo contacta, nomeadamente relações interpessoais. Pessoas com baixa autoestima escolhem parceiros que tendencialmente lhes transmitam feedbacks negativos, uma vez que o próprio feedback revela a sua autoimagem. As escolhas de parceiros acontecem mediante a forma como o individuo se vê, isto é, a percepção que o individuo tem de si influencia a evolução da relação (Tafarodi & Swann 2001).

1.2. Psicologia Evolutiva e Escolha de Parceiros

1.2.1. Enquadramento Histórico da Psicologia Evolutiva

A psicologia evolutiva caracteriza-se por ser a ciência que se inspira na biologia evolutiva, tendo em conta que os fenómenos relacionados com a evolução da espécie humana poderão facilitar a compreensão da mesma (Cosmides, Tooby & Barkow, 1992).

As teorias inerentes à psicologia evolutiva, buscam a compreensão da natureza universal e os mecanismos psicológicos universais, que estão na base de variados comportamentos (Swani & Furham, 2007).

A psicologia evolutiva procura compreender os comportamentos humanos atuais, tentando a sua reestruturação filogenética, com base nos princípios da teoria da evolução das espécies de Darwin. O seu objetivo prende-se na análise e percepção da dinâmica da mente humana tendo em conta o comportamento animal, linguística e neurociências, não descurando a paleoantropologia, biologia evolutiva e os princípios cognitivos (Tooby & Cosmides, 2005).

Segundo os mesmos autores, Tooby & Cosmides (2005), na presente abordagem o homem desenvolveu, ao acaso, mecanismos psicológicos, traduzidos em comportamentos também específicos, tendo em conta determinadas situações em ambientes de pressão seletiva, tal como a predileção por alimentos doces, com um teor calórico significativo, permitindo

assim o armazenamento de gorduras no corpo, identificando este processo como um comportamento adaptativo (Tooby & Cosmides, 2003; 2005).

Tooby & Cosmides (1992; 2002), defendem que a mente humana é constituída por mecanismos funcionais resultantes da seleção natural e que se organizam em módulos, domínio-específicos e domínio-generalistas. Os de domínio-específicos permitem a aquisição da linguagem, das preferências sexuais, são promotores de mecanismos de ligação e alianças sociais, são os que evitam o incesto, e os que promovem a deteção dos enganos e falhas. Relativamente aos módulos generalistas, estes dizem respeito à aprendizagem de competências sociais e cognitivas em geral.

Autores como Pinker (1997/2002), defende que existem várias hipóteses que originam um conjunto de previsões sobre o comportamento e pensamento, sendo estes possíveis de serem testados. Neste sentido, o mesmo autor utilizou a «engenharia reversa» para elucidar o funcionamento da mente, como comportamentos, cognições quotidianas, nomeadamente preferências preceptivas, estrutura da linguagem e o processo de encadeamento do raciocínio. As observações inerentes aos presentes módulos, derivaram da etiologia animal e humana, numa vertente maioritariamente sociobiológica.

Com base na análise de diversos estudos Eibl-Eibesfeldt (1989), refere que a autorreplicação genética do ser humano, não deve contrariar o interesse genético inicial, por meio de comportamentos sociais. Sendo assim, o indivíduo tende a aproximar-se primeiramente dos que lhe são próximos e apenas posteriormente dos que lhe são desconhecidos, podendo até desenvolver alguma agressividade aos indivíduos que não pertencem ao seu grupo.

1.2.2. Psicologia Evolutiva e Escolha de Parceiros

Tendo como base o enfoque atribuído à reprodução como critério da seleção, ao nível comportamental e psicológico, a psicologia evolutiva procurou aprofundar temáticas, de particular interesse, acerca da atração, escolha e a capacidade de manter a fidelidade num parceiro sexual (Trivers, 1972; Clutton-Brock, 1991).

No que diz respeito à teoria da seleção sexual, é esperado que os indivíduos do género feminino sejam mais discriminativos na escolha do parceiro, uma vez que são as mulheres que efetuam um maior investimento ao nível da gestação, lactação e proteção da descendência. É neste sentido que as diferenças sexuais no que concerne ao investimento parental, assumem grande importância na seleção sexual, uma vez que é a escolha do parceiro que irá garantir a

reprodução dos genes. Por outro lado, os homens investem de forma mais competitiva ao nível da força física e estatuto, com o objetivo de atrair as mulheres (Buss, 1994; 2003).

O mesmo autor, Buss (1994; 2003), desenvolveu um estudo que tinha como base trinta e sete culturas distintas, através do qual conclui que as preferências de ambos os géneros se guiam por diferentes critérios. As mulheres preferencialmente procuram homens com algum estatuto socioeconómico, isto é, estatuto social e recursos elevados, já os homens preferem mulheres com indicadores de juventude, facilidade de fecundação e saúde. Neste sentido as mulheres asseguram a sua autoproteção e a dos seus descendentes, quando ao homem cabe a garantia de que o sexo será proveitoso de forma genética.

No que respeita às diferenças entre géneros, percebeu-se em relação ao ciúme que os homens se sentem mais afetados relativamente à infidelidade sexual, já as mulheres em relação à fidelidade emocional, estes factos devem-se às estratégias sexuais adotadas por cada género, enquanto as mulheres procuram a proteção e bons genes, os homens procuram variedade, é neste sentido que os divórcios acontecem com maior frequência, quando os filhos já não se encontram diretamente dependentes dos seus progenitores. Gangestad et al., (2004), referem que as preferências por tipos de parceiros para as mulheres variam consoante o seu período ovulatório.

De acordo com Lumsden & Wilson (1981), a psicologia evolutiva tem por base a história evolutiva e adaptativa do que motiva os comportamentos humanos, focando-se na neurofisiologia da mente, relativamente aos efeitos psicológicos do desenvolvimento. Todavia, tendo presentes estudos desenvolvidos, atualmente, acerca do funcionamento do cérebro humano e não humano, não existe consenso no que concerne às interpretações adaptativas e seletivas da mente.

Deste modo, importa salientar que a psicologia evolutiva permanece uma área de interesse atual, devido ao seu enfoque evolutivo da mente, e da sua visão integrada no que concerne ao corpo e mente, resultando de uma seleção inclusiva individual, sexual e de grupo (Wilson, 2007).

1.2.3. Escolha de Parceiros e Seleção Sexual

Segundo Darwin (2007/1859), a seleção natural foi interpretada como processo principal no que respeita à evolução das espécies. Entre os seus vários estudos, identificou diversas diferenças entre machos e fêmeas, nomeadamente o tamanho de algumas espécies, sendo os machos três vezes maiores que as fêmeas, no caso das focas, a plumagem chamativa

dos pavões, os grandes chifres dos cervos, Darwin denominou este processo de seleção sexual (Darwin, 2007/1859).

Segundo vários autores a seleção sexual ocorre a partir de pressões seletivas acerca de escolhas até disputas entre membros de uma determinada espécie, os atributos que são alvo destas preferências ou disputas fornecem vantagens para o sucesso na reprodução da prole (Buss, 1995, 2006).

De acordo com Buss (1995) e Geary (2005), a seleção sexual advém de duas formas, entre elas a competição intrasexual, que ocorre na disputa por um indivíduo do sexo oposto, e por outro lado a seleção intersexual. Esta consiste nas diferenças de preferência por um indivíduo do sexo oposto para acasalamento.

Ttivers (1972) refere que o indivíduo que mais investe na prole é naturalmente o mais seletivo. O que diferencia o nível de investimento nas diversas espécies poderá estar relacionado com a gestação e a lactação.

Como já referido anteriormente, as mulheres parecem ser mais seletivas, isto devido ao seu investimento ao nível reprodutivo (Buss, 2004).

Tendo presente o passado evolutivo da evolução da espécie humana, as mulheres, tendencialmente, procuravam características nos parceiros, que contribuíssem para a sobrevivência da sua prole, como a maior proteção contra os predadores e a obtenção de recursos energéticos mais proveitosos. Fêmeas que se mostravam mais exigentes na seleção do seu parceiro, no que respeito a atributos de investimento emocional, material e energético, apresentavam maior sucesso na manutenção da sua prole, quando comparadas com as menos exigentes. Por outro lado, os homens, contrariamente às mulheres, investem biologicamente menos e por esse motivo apresentam-se menos exigentes na seleção das suas parceiras (Buss, 1989; 1995, 2006; Buss & Schmitt, 1993).

Ainda segundo os mesmos autores, ambos os sexos apresentam algumas semelhanças, quando é referida a preferência por atributos na seleção de parceiros, tal como a gentileza, compreensão, inteligência e um bom nível académico.

Diversos são os estudos que apontam para a preferência feminina por características ligadas ao estatuto socioeconómico, como a questão financeira, a ambição profissional e ainda a idade, no entanto também se salientam características de maior nível emocional, como a lealdade, a estabilidade emocional, companheirismo, tendências parentais, como o desejo de constituir família e bons genes, como a atratividade física e a inteligência (Schmitt, 2005).

No que diz respeito aos homens, estes, demonstram a sua preferência por mulheres

com sinais de fertilidade e de valor reprodutivo, como a proporção do seu corpo, tendo em conta a cintura e anca, sinais de juventude e atratividade física. Ambos os sexos valorizam a questão da atratividade física, no entanto é menos provável que os homens descurem essas características (Buss & Schmitt, 1993).

Quando se trata de estudar a escolha de parceiros, outra questão predominante é a homogamia, esta caracteriza-se pela tendência que os indivíduos possuem em procurar no parceiro características semelhantes a si próprios (Hattori, 2009; Lucas e cols., 2004). De acordo com os mesmos autores, várias são as espécies animais que selecionam os parceiros morfologicamente semelhantes a si, seja pelo tipo de sangue ou outros. Nos humanos, os indivíduos procuram especificamente atributos sociais, status socioeconómico, características de personalidade e nível de educação semelhantes.

Neste sentido a escolha de parceiros poderá trazer diversos benefícios para as relações, como a redução de atritos matrimoniais e mediações genéticas, isto é, combinações genéticas adaptativas (Dijkstra & Buunk (1998).

A escolha do parceiro ideal, em heterossexuais tem sido largamente estudada por várias ciências, nomeadamente pela psicologia social, antropologia e sociobiologia. Segundo as referidas áreas de estudo, existe um largo número de casais que se unem, ao acaso, pelas suas características semelhantes, tanto físicas, psicológicas como sociais (Buss, 1985).

Uma das variáveis que se torna associada a esta temática é a da idade. Preferencialmente os homens procuram mulheres mais jovens como parceiras, devido à maior probabilidade reprodutiva, enquanto as mulheres se envolvem maioritariamente por homens mais velhos ou da mesma idade, no sentido de garantirem os recursos necessários à manutenção da prole, neste sentido o presente padrão de preferência pela idade é compatível com o modelo evolucionário (Wiederman, 1993).

1.2.4.Atração Interpessoal, Sexualidade e Relações Íntimas

As relações interpessoais assumem, segundo Alferes (2006), importância especial quando são referidas as interações humanas num contexto global. Genericamente definidas como relações de amizade e de amor.

A atração é considerada numa primeira instância como uma atitude, depois por um estado emocional e por último como um comportamento observável.

A avaliação da atração torna-se insuficiente quando feita apenas tendo por base as manifestações comportamentais.

Inicialmente, os comportamentos dependem das normas sociais e do que é socialmente apropriado. Por outro lado, existem variáveis de personalidade que influenciam as manifestações comportamentais, tais como a autoestima e a automonitorização, suprimindo ou amplificando tais comportamentos. Porém, e segundo o mesmo autor, a título de exemplo, refere que se o contexto social influencia diretamente as escolhas do indivíduo, mesmo que exista interesse, o indivíduo opta por não se aproximar se o outro indivíduo não for socialmente aceite, no entanto, se não existirem outras alternativas o indivíduo efetuará uma aproximação.

De forma geral os autores assemelham o conceito de atração ao de atitude. A atração interpessoal pode ser então considerada como uma orientação avaliativa, tendo por base componentes cognitivos, relacionados com crenças sobre o objeto de atração, avaliativos, ou seja, sentimentos e emoções positivas e comportamentais como ações de aproximação (Newcomb, 1961).

Tendo presente as teorias explicativas referidas, estas clarificam as atitudes privilegiadas e a importância atribuída aos aspetos positivos. Existem assim duas categorias da teoria relacionada com a atração interpessoal. Em primeiro lugar são as teorias da organização cognitiva, onde se discute a relação entre as cognições e os sentimentos onde a atração é considerada como a ligação entre os aspetos. Já em segundo lugar são referidas as teorias da troca social e do reforço, isto é, a relação entre os comportamentos de carácter avaliativo onde a atração é considerada inevitável na ligação entre comportamentos e afetos caracterizados nas relações interpessoais.

1.2.5. A dinâmica da atração: determinantes da atração e génese das relações interpessoais

Segundo Alferes (1997) a atração interpessoal varia consoante a proximidade física e dos mecanismos gerais, tal como a familiaridade.

Zajonc (1968) refere que muitas vezes os indivíduos não têm consciência do motivo que os leva a tal atração, podendo este motivo passar pela necessidade de aproximação por satisfação e suporte emocional (Alferes, 1997).

Posto isto, torna-se possível identificar determinados fatores responsáveis pelas preferências de parceiros, tendo já presente conceitos como a familiaridade e motivos de

afiliação, Alferes (1997) ressalta a beleza física, as semelhanças interpessoais e as avaliações efetuadas de forma positiva.

A beleza física assume um papel preponderante no que respeita às relações interpessoais. Variáveis como as idades, o género e o estatuto socioeconómico influenciam os efeitos positivos da beleza física sobre a atração (Alferes, 1997).

Os padrões de beleza variam claramente de acordo com a questão cultural dos indivíduos. Estes tendem, de uma forma geral, a associar a beleza a traços de personalidade positivos (Alferes 1997). Isto é, existem estereótipos sociais associados a variáveis morfológicas.

No que concerne ao nível de competências cognitivas e sociais não existe relação direta quando nos referimos aos indivíduos fisicamente mais atraentes. No entanto, muitos estereótipos relacionados com padrões de beleza tendem a beneficiar os indivíduos no processo de socialização, levando ao aumento da sua autoestima e simultaneamente, estes efeitos tendem a limitar o desenvolvimento de competências e características de personalidade valorizadas socialmente (Alferes, 1997). Neste sentido, Merton (1948) refere o processo de autorrealização das expectativas de forma a justificar o anteriormente exposto.

A importância da beleza física varia consoante o género, isto é, os homens atribuem maior importância a atributos físicos do sexo oposto, isto tendo em conta uma apreciação comparativa entre géneros. Autores como Murstein (1972), Feingold (1988) referem que os indivíduos estabelecem maioritariamente ligações afetivas com indivíduos com padrões de beleza similares aos próprios, caso contrário é dada importância ao nível socioeconómico ou a características de personalidade, isto é, mecanismos compensatórios.

De salientar que o padrão de beleza assume maior ou menor importância de acordo com as necessidades individuais de cada indivíduo, isto é, se o objetivo do indivíduo é estabelecer uma relação afetiva/amorosa ou se o indivíduo procura uma aventura ocasional (Alferes, 1997).

Para além da beleza física, da inteligência e dos vários atributos pessoais que possam influenciar a escolha de um parceiro, existem outros critérios que assumem importância, tais como as semelhanças interpessoais. Autores como Hogg, Cooper-Show & Holzwarth (1993), referem que o indivíduo procura no outro, características que lhe sejam semelhantes, tais como, interesses, atitudes, competências cognitivas, opiniões, traços de personalidade e até estados socioeconómicos.

Byrne (1971), refere que o grau de atração se encontra ligado com as atitudes semelhantes dos indivíduos. Contrariamente, Rosenbaum (1986), considera que não são as

semelhanças que promovem a atração, mas sim a falta de semelhanças que promovem o afastamento, sendo a semelhança apenas um veículo facilitador da interação, assumindo na maioria das vezes uma função neutra.

As estratégias, são meios para atingir objetivos, a forma para solucionar problemas. As escolhas de parceiros não acontecem por acaso. As estratégias sexuais são entendidas como soluções adaptativas para a resolução de problemas, tendo em conta as características preferenciais de um parceiro, ou seja, cada estratégia sexual caracteriza-se por ser um mecanismo psicológico, que na escolha de um parceiro preferencial, procura sentimentos de amor, tem presente o desejo sexual ou o ciúme. Cada mecanismo psicológico é sensível às informações externas, relacionadas com o interesse sexual, e de sugestão de potencial infidelidade (Alferes, 1997).

1.2.6. Escolha de Parceiros, Autoconceito e Autoestima

Buston & Emlen (2003) defendem que existe relação entre a escolha de um parceiro e a percepção que cada indivíduo tem de si, isto é, tendo em conta o seu autoconceito.

Esta escolha difere naturalmente de acordo com o objetivo assente no tipo de relação que é pretendido e mediante o meio social onde o indivíduo se insere.

Focando-se nas relações de longa duração, os autores acima mencionados, referem que as mulheres procuram características de maior carácter intelectual, de status profissional dos homens, já os homens procuram características que transmitem juventude mas também o status, concluindo que existem características que são similares na escolha do parceiro ideal.

Neste sentido, Little et al., (2006) refere que as mulheres com bons níveis de autoconceito tendem a procurar parceiros com características similares às suas, no que concerne ao nível de vida que possuem e às suas semelhanças físicas.

De acordo com a psicologia evolutiva, esta desde sempre defendeu que a procura é feita pelas capacidades ou características reprodutivas que o parceiro possui. Estudos mais recentes acrescentam a estabilidade financeira como um fator importante para valorizar a questão da reprodutividade (Bereczkei, Voros & Bernath (1997); Waynforth & Dunbar, 1995).

Estudos defendem que indivíduos com elevada autoestima tendem a procurar parceiros com características similares nas estratégias de escolha de parceiro, mediante a percepção que possuem de si próprios. Indivíduos com um bom autoconceito tendem a ser mais exigentes na

procura o seu parceiro. Esta semelhança influencia positivamente o sucesso da relação de longa duração. Esta influência/relação é encontrada tanto para mulheres como para homens.

Mulheres com níveis de atratividade física mais elevados, oferecem mais exigência na escolha do parceiro ideal. Buston & Emlen (2003) revelam que quando um indivíduo possui uma característica mais marcante, procura no parceiro, essas mesmas características.

Tendo sempre por base o referencial evolutivo, o presente estudo teve como objetivo perceber em que medida a escolha de parceiros e o autoconceito se relacionam.

O presente estudo dos autores, já mencionados, Buston e Emlen (2003), teve por base a criação de categorias, evolucionariamente relevantes, acerca da preferência de parceiros. Estas categorias tinham em conta dez atributos, como os recursos financeiros a atratividade física, fidelidade, qualidades parentais, ambição, a força nos laços familiares, entre outros.

Neste mesmo estudo concluiu-se que a procura do companheiro e sua preferência estaria positivamente relacionada com os níveis de autoconceito dos indivíduos. Percebeu-se ainda, que mulheres com elevado autoconceito e autoestima, no que concerne à sua aparência físicas e sexuais, procuram parceiros com características relacionadas com a riqueza/status socioeconómico e compromisso familiar, exatamente igual no caso dos homens. Por outro lado, homens com um status elevado, procuram parceiras fisicamente mais atraentes. Foram identificadas relações positivas entre o autoconceito dos indivíduos em categorias relacionadas com o seu potencial reprodutivo (Buston & Emlen, 2003).

Em jeito de conclusão, percebeu-se que indivíduos, tanto homens como mulheres, com elevado autoconceito, eram mais exigentes nas suas preferências de parceiro, que indivíduos com baixo autoconceito.

Buston & Emlen (2003), salientam que a preferência do companheiro na sociedade ocidental, é semelhante em homens e mulheres, variando consoante o autoconceito e a autoestima do indivíduo, isto é a percepção que o indivíduo tem de si próprio e a forma como se avalia e valoriza.

Como já referido anteriormente, a maioria das preferências são baseadas na homogamia, isto é, a união de parceiros que compartilhem de muitos atributos em comum. Constatou-se que quando o exposto acontece, os casais apresentam níveis de maior satisfação, tendo sempre presente o índice de maior exigência na seleção. Semelhanças na personalidade, pode significar maior estabilidade e mais sucesso reprodutivo (Buss, 1985).

1.3. Pertinência do Estudo

O presente trabalho de investigação tem como objetivo perceber de que forma o autoconceito e a autoestima influenciam a escolha do parceiro ideal, tendo em conta as diferenças de géneros. Neste sentido, e apesar de vários serem os estudos acerca da escolha do parceiro ideal, tendo presente a psicologia evolutiva, considerou-se pertinente perceber e relacionar as variáveis autoconceito e autoestima, assumindo-se assim este estudo de carácter exploratório. A percepção que o indivíduo tem si próprio e a forma como se avalia e valoriza influencia, naturalmente as relações interpessoais que pode assumir, e neste sentido torna-se igualmente um estudo inovador, pela escassez de informação acerca da relação entre as variáveis.

1.4. Questão de Investigação e Hipóteses

Assim, com um carácter exploratório, pretende o presente estudo verificar algumas possíveis relações entre o autoconceito, a autoestima e a escolha do parceiro ideal. No decorrer da investigação, é fundamental o estabelecimento de hipóteses que suportem o enquadramento teórico e que posteriormente possam ser testadas, justificadas e relevantes para a investigação. Colocam-se deste modo as seguintes hipóteses:

Hipótese 1: Espera-se que exista uma relação positiva entre o autoconceito e a exigência nas características da escolha do parceiro ideal;

Hipótese 2: Espera-se que exista uma relação positiva entre a autoestima e a exigência nas características da escolha do parceiro ideal;

Hipótese 3: Espera-se que existam diferenças de género face às subdimensões Afetuoso, Tradicional e Atlético;

Hipótese 4: Espera-se que existam diferenças entre o Género face ao Parceiro Ideal;

Hipótese 5: Espera-se que existam diferenças entre Relação de Carácter Passageiro face à subdimensão Atlético.

Capítulo 2. Método

2.1.Participantes

A amostra é constituída por 400 indivíduos tendo sido selecionados a partir de uma amostra universitária. Trata-se de uma amostragem não-aleatória por conveniência. Dos 400 participantes do estudo, 253 (63,3%) são do género feminino e 147 (36,8%) são do género masculino (ver Tabela 1).

Relativamente à idade dos indivíduos, estas estão compreendidas entre os 18 e os 35 anos, sendo a média de idade dos participantes de 25,78, com desvio padrão de 4,716.

Tendo em conta o total de participantes, 351 são de etnia caucasiana e 49 de etnia africana.

No que concerne à distribuição dos participantes de acordo com o seu estado civil, foram criadas três categorias em que 327 indivíduos são solteiros, 67 encontram-se casados ou em união de fato e 6 separados ou divorciados.

De acordo com a escolaridade e tendo em conta a tabela 1 foi possível verificar-se que 154 indivíduos encontram-se a frequentar uma licenciatura, 21 e uma pós-graduação, 171 uma licenciatura, 53 um mestrado e 1 um doutoramento.

Quanto à questão se «atualmente, mantém algum relacionamento», 237 indivíduos responderam de forma afirmativa e 163 de forma negativa. Ainda no seguimento, 85 indivíduos responderam que possuem relações de carácter passageiro, enquanto 315 responderam que não. Nesta questão foi solicitado aos participantes que respondessem afirmativamente, para selecionarem uma das opções de frequência, se semanalmente, quinzenalmente, mensalmente ou esporadicamente. Dos 85 participantes, 11 responderam semanalmente, 11 quinzenalmente, 19 mensalmente e por último, 44 esporadicamente, o que perfaz o valor já referido de 85 respostas afirmativas.

Tabela 1: *Variáveis sociodemográficas agrupadas*

		Feminino (N=253)		Masculino (N=147)		t
		N	%	N	%	
Idade	Abaixo dos 25 anos	120	47,4	63	42,9	2,901
	Acima ou igual dos 25 anos	133	52,6	84	57,1	
						X ²
Etnia	Caucasiana	223	88,1	128	87,1	0,99
	Africana	30	11,9	19	12,9	
Estado Civil	Solteiro	198	78,3	129	87,8	5,829
	Casado/ União de Facto	51	20,2	16	10,9	
	Divorciado/Separado	4	1,6	2	1,4	
Escolaridade	12º (a frequentar licenciatura)	80	31,6	74	50,3	16,954**
	Licenciatura	119	47	52	35,4	
	Pós-graduação	17	6,7	4	2,7	
	Mestrado	37	14,6	16	10,9	
	Doutoramento	0	0	1	0,7	
Mantém algum relacionamento	Sim	170	67,2	67	45,6	17,992***
	Não	83	32,8	80	54,4	
Relações Passageiras	Sim	39	15,4	46	31,3	14,007***
	Não	214	84,6	101	68,7	
Frequência das relações	Semanalmente	6	15,4	5	10,9	7,768
	Quinzenalmente	1	2,6	10	21,7	
	Mensalmente	8	20,5	11	23,9	
	Esporadicamente	24	61,5	20	43,5	

2.2. Medidas

A escolha dos instrumentos baseou-se, fundamentalmente, nos valores de fidelidade obtidos em cada uma das escalas utilizadas.

Para além do questionário demográfico, foram utilizados o Inventário clínico de auto-conceito por Adriano Vaz Serra (1985), a Escala da Autoestima de Rosenberg (2001), (Rosenberg Self-esteem Scale) e a Escala de atributos do parceiro ideal por Nunes (2010) baseada nos estudos de Buss & Barnes (1986) (ver anexo I)

O questionário demográfico, este teve presente a idade, o género, a etnia, o estado civil e o nível de instrução, de modo a ser possível uma caracterização diferenciada da amostra.

2.2.1. Inventário Clínico de Auto-Conceito

O Inventário Clínico de Auto-Conceito (Vaz Serra, 1986) é uma escala que avalia de forma global o ajustamento pessoal, designadamente os aspetos emocionais e sociais do auto-conceito. Este é composto por 20 itens respondidos numa escala Likert com cinco respostas possíveis (1 = não concordo, 5 = concordo muitíssimo). A multidimensionalidade dos resultados obtidos evidenciada tendo presente uma análise fatorial exploratória (Vaz Serra, 1986). Os quatro fatores que explicaram a maior percentagem de variância foram denominados aceitação-rejeição social, autoeficácia, maturidade psicológica e impulsividade-maturidade. No que diz respeito à cotação de três itens de orientação negativa esta é invertida, sendo que os resultados mais elevados indicam níveis maiores nas respetivas dimensões. A consistência interna (coeficiente de Spearman-Brown) foi de 0,79 e a estabilidade temporal, avaliada pelo coeficiente de correlação teste-reteste, foi de 0,84. A validade do inventário foi evidente ao longo do processo de construção do mesmo. (Vaz Serra, 1986). As investigações realizadas posteriormente tiveram como base a população normal e com perturbações emocionais, comprovando validade adequada do instrumento (Vaz Serra, 1995). No presente estudo foi obtido um alpha de cronbach de 0,775 considerado adequado.

2.2.2. Escala de Autoestima de Rosenberg

No que concerne à Rosenberg Self-esteem Scale (Rosenberg, 1965), esta foi desenvolvida por Morris Rosenberg para avaliar a autoestima global. As características psicométricas da RSES revelaram-se muito positivas.

A presente escala caracteriza-se pela fácil aplicação, tendo sido adaptada para vários países do mundo. Em Portugal, Santos & Maia (1999, 2003) traduziram e adaptaram a RSES para a população portuguesa, tendo como amostra estudantes universitários e baseando-se nas limitações identificadas em versões portuguesas anteriormente desenvolvidas. O processo de tradução foi abordado de forma criteriosa e fiel ao documento original, tendo presente o aspeto cultural (Van de Vijver & Poortinga, 1997). Posteriormente à primeira versão traduzida da escala e respetivas traduções melhoradas, a escala foi testada de modo a avaliar o nível de compreensão da linguagem referente aos itens e instruções da mesma.

Após três estudos de investigação, Santos & Maia (2003) analisaram, primeiramente, a estrutura fatorial da escala, recorrendo posteriormente à análise fatorial confirmatória. De acordo com vários modelos fatoriais alternativos, foi possível concluir que a presente escala avalia um constructo unidimensional, tal como foi referido por Rosenberg (1965), apesar dos índices de ajustamento terem sido influenciados pela tipologia dos itens utilizados pela escala (itens de orientação negativa e positiva). A consistência interna, alpha de cronbach, variou entre 0,86 e 0,92, resultados satisfatórios. No que respeita à estabilidade temporal, esta foi avaliada com o coeficiente de correlação entre duas aplicações, com um intervalo temporal de duas semanas, obtendo-se como resultado 0,90. O alpha de cronbach encontrado para no presente estudo é de 0,858, considerado adequado.

2.2.3. Escala de Atributos do Parceiro Ideal

A Escala de Atributos do Parceiro Ideal (EAPI) de Gomes (2010), foi elaborada para o contexto brasileiro e surgiu a partir de vários estudos que analisaram as características do parceiro ideal, nomeadamente estudos realizados por Perlin & Diniz (2005), Borriane & Lordelo (2005), Buss & Barnes (1986), entre outros. A presente escala, apresenta parâmetros psicométricos adequados respetivamente à validade fatorial e consistência interna. A presente escala é constituída por 56 itens, descrevendo características do tipo de relação e parceiro ideal, tendo como 5 subdimensões: afetuosa (0,74; carinhosa, amável, companheira, alegre, amiga, apaixonada e acolhedora), tradicional (0,77; de boa família, admirada, poderosa, religiosa, elegante, possui bens, saudável, bem sucedida, vigorosa e caseira), atlética (0,79; sexy, fisicamente atraente, boa forma, sensual e bonita), sociável (0,79; tolerante, atenciosa, discreta, determinada, gentil, compreensiva, solidária, sensível, paciente, decidida, livre e cúmplice) e batalhadora (0,63; trabalhadora, corajosa, sincera, responsável e estudiosa). A

escala é constituída por uma escala de cinco pontos em que 1= nada importante e 5= totalmente importante. O alpha de cronbach variou entre 0,63 e 0,79, avaliando os atributos específicos do parceiro ideal. No presente estudo o alpha de cronbach encontrado para a EAPI é mais elevado, sendo este de 0,947, sendo então considerando adequado. Para as dimensões que compõem a escala o alpha de cronbach variou entre 0,861 e 0,923.

2.3. Procedimento

Foi solicitada a participação de estudantes universitários de forma aleatória, tendo como estabelecimento de ensino de referência, a Universidade Lusófona de Humanidade e Tecnologias. A participação no estudo foi voluntária, não existindo qualquer tipo de implicações para os participantes.

A recolha de informação foi realizada através dos instrumentos acima referidos, pela ordem apresentada. Inicialmente, no protocolo, foi apresentado o consentimento informado (ver apêndice II), no qual constava o tema do estudo, o seu objetivo e a duração estimada para a resposta ao mesmo. Estes, foram introduzidos numa plataforma digital “Google Drive” de forma a tornar o processo de recolha mais célere, mantendo todas as respostas no anonimato, transferindo-as automaticamente para uma base de dados criada pelo servidor da “Google Drive”. A recolha da amostra decorreu maioritariamente no período de Maio 2013 e Setembro 2013.

Após a recolha dos dados, recorreu-se a um tipo de Software de análise estatística usado nas ciências sociais – SPSS – Statistical Package for the Social Sciences (SPSS inc., Chicago, IL, versão 19, “empresa” fundada em 1968 por Norman H. Nie, C. Hadlai (Tex) Hull and Dale H. Bent). Neste caso específico, a versão utilizada foi o PASW, para o Windows, Software usado não só para a realização da base de dados, bem como para todo o tratamento estatístico necessário à realização do trabalho.

Capítulo 3. Resultados

3.1. Resultados

De acordo com a tabela 2 verifica-se que a distribuição, na maioria das dimensões em estudo, apresenta uma distribuição não normal, com base nos testes Kolmogorov-Smirnov e Shapiro-Wilk.

Tabela 2: *Teste de normalidade das escalas com base nos testes Kolmogorov-Smirnov e Shapiro-Wilk*

	Kolmogorov-Smirnov	Sig.	Shapiro-Wilk	Sig.
Autoconceito	,085	,000***	,978	,000***
Autoestima	,111	,000***	,948	,000***
Parceiro Ideal	,055	,006**	,931	,000***
Afetuoso	,097	,000***	,796	,000***
Tradicional	,082	,000***	,960	,000***
Atlético	,059	,002**	,990	,008**
Família	,188	,000***	,885	,000***

*p≤.05; **p≤.01; ***p≤.001

Realizou-se o teste Kaiser-Meyer-Olkin e o teste de Esfericidade de Bartlett. Através da análise fatorial constata-se que esta é executável (ver tabela 3).

Tabela 3: *Testes de validade das escalas, com base nos testes Kaiser-Meyer-Olkin e de Esfericidade de Bartlett*

	Kaiser-Meyer-Olkin	Barlett's Test	
		X ²	Sig.
Autoconceito	,850	1302,58	,000***
Autoestima	,877	1520,62	,000***
Parceiro Ideal	,931	12484,13	,000***

*p≤.05; **p≤.01; ***p≤.001

De acordo com o plano fatorial da escala de Autoconceito de Vaz Serra (1986), este difere relativamente ao número atribuído às dimensões, ou seja, na escala do autor existem quatro dimensões (Aceitação-Rejeição Social; Autoeficácia; Maturidade e Impulsividade-Maturidade), face aos resultados obtidos no presente estudo, neste, existe somente uma dimensão (Autoconceito) (ver tabela 4).

Tabela 4: *Análise fatorial da Escala de Autoconceito*

	Autoconceito
11.Tenho por hábito ser persistente na resolução das minhas dificuldades	0,742
8.De modo geral tenho por hábito enfrentar e resolver os meus problemas	0,688
20.Encontro sempre energia para vencer as minhas dificuldades	0,684
14.Considero-me competente naquilo que faço	0,673
17.Considero-me uma pessoa agradável no contacto com os outros	0,636
16.A minha maneira de ser leva-me a sentir na vida com um razoável bem-estar	0,602
9.Sou uma pessoa usualmente bem aceite pelos outros	0,58
10.Quando tenho uma ideia que me parece válida, gosto de a pôr em prática	0,553
3.Tenho por hábito desistir das minhas tarefas quando encontro dificuldades	-0,516
19.Gosto sempre de me sair bem nas coisas que faço	0,51
7.Sou capaz de assumir uma responsabilidade até ao fim, mesmo que isso me traga consequências desagradáveis	0,506
2.Costumo ser franco a exprimir as minhas opiniões	0,437
1.Sei que sou uma pessoa simpática	0,437

Método de extração: Principal Component Analysis.

a. 1 Componente extraído.

Após análise efetuada, são eliminados os seguintes itens: 4; 5; 6; 12; 15; 13; 15 e o 18. Deste modo, o plano fatorial é unidimensional formulado pelos itens 1;2; 3; 7; 8; 9 10; 11; 14; 16; 17; 19 e o 20. Assim, optou-se por seguir este plano fatorial, uma vez que se evidenciou um significado psicológico compreensivo (o que não aconteceu na análise relativa ao plano fatorial proposto pelo autor). Atribuição de cada item a cada fator é determinada pelo seu nível de saturação.

Foi efetuada a mesma análise para a escala da Autoestima de Rosenberg, contudo não foram retirados quaisquer itens.

De acordo com a componente da Matriz, conclui-se que todos os itens apresentam cargas fatoriais acima de 0,5. De acordo com o plano fatorial do autor, este é unidimensional. Assim, optou-se por seguir o plano fatorial de origem, uma vez que se evidenciou um significado psicológico compreensivo.

Relativamente à Escala de Atributos de um Parceiro Ideal, foram eliminados 20 itens que apresentaram uma carga fatorial abaixo de 0,4 (ver tabela 5). Deste modo, este plano

fatorial é constituído por 5 fatores e 54 itens. O fator 1 (Afetuoso) é composto pelos itens: 09. Bom carácter; 03. Amiga; 13. Companheira; 45. Fiel; 52. Sincera; 33. Confiável; 12. Carinhosa; 71. Educada; 04. Apaixonada; 38. Compreensiva; 05. Bem-humorada; 02. Alegre; 14. Amável; 19. Respeitadora; 15. Responsável; 30. Emocionalmente estável; 24. Cúmplice; 54. Trabalhadora; 01. Acolhedora e 26. Protetora; o fator 2 (Tradicional) é constituído pelos seguintes itens: 55. Possuir bens; 37. Com curso superior; 36. De boas perspectivas financeiras; 53. Rica; 34. Status social favorável; 18. De boa família; 68. Mesma opção política; 31. Mesmo nível educacional; 69. Mesma religião; 06. Bem-sucedida; 32. Virgem e 22. Admirada; o fator 3 (Atlético) é composto pelos seguintes itens: 51. Sexy; 17. Sensual; 56. Sarada (Atraente fisicamente); 10. Bonita; 41. Elegante; 58. Boa forma; 61. Charmosa; 07. Boa de cama; 42. Esportista (Desportista) e 16. Saudável; o fator 4 (sociável) formado pelos itens: 28. Solidária; 72. Criativa; 27. Discreta; 29. Sensível; 57. Corajosa; 60. Sensível; 49. Pontual; 65. Caseira; 35. Entusiasmante e 44. Extrovertida e o fator 5 (família) constituída pelos itens: 74. Querer ter filhos e 67. Desejo de constituir família. A análise provocou algumas alterações na escala de origem, no que diz respeito às subdimensões, tendo sido substituída a subdimensão de origem batalhadora por família, e tendo-se reagrupado vários itens, de forma a ser possível uma melhor adequação tendo em conta a amostra.

Tabela 5: *Análise fatorial da Escala dos Atributos do Parceiro Ideal*

	Subdimensões				
	Afetuooso	Tradicional	Atlético	Sociável	Família
[09. Bom carácter]	,754				
[03. Amiga]	,751				
[13. Companheira]	,747				
[45. Fiel]	,726				
[52. Sincera]	,680				
[33. Confiável]	,680				
[12. Carinhosa]	,662				
[71. Educada]	,651				
[04. Apaixonada]	,646				
[38. Compreensiva]	,640				
[05. Bem-humorada]	,625				
[02. Alegre]	,619				
[14. Amável]	,598				
[19. Respeitadora]	,596				
[15. Responsável]	,558				
[30. Emocionalmente estável]	,554				
[24. Cúmplice]	,513				
[54. Trabalhadora]	,481				
[01. Acolhedora]	,450				
[26. Protetora]	,449				
[55. Possuir bens]		,806			
[37. Com curso superior]		,775			

[36. De boas perspetivas financeiras]	,764	
[53. Rica]	,755	
[34. Status social favorável]	,745	
[18. De boa família]	,685	
[68. Mesma opção política]	,612	
[31. Mesmo nível educacional]	,599	
[69. Mesma religião]	,574	
[06. Bem-sucedida]	,538	
[32. Virgem]	,511	
[22. Admirada]	,466	
[08. Boa de cozinha]		
[51. Sexy]	,851	
[17. Sensual]	,827	
[56. Sarada (Atraente fisicamente)]	,826	
[10. Bonita]	,764	
[41. Elegante]	,761	
[58. Boa forma]	,730	
[61. Charmosa]	,682	
[07. Boa de cama]	,570	
[42. Esportista (Desportista)]	,510	
[16. Saudável]	,402	
[28. Solidária]		,693
[72. Criativa]		,638
[27. Discreta]		,635
[29. Sensível]		,587
[57. Corajosa]		,568
[60. Sensível]		,567
[49. Pontual]		,463
[65. Caseira]		,457
[35. Entusiasmante]		,429
[44. Extrovertida]		,404
[74. Querer ter filho(s)]		,834
[67. Desejo de constituir família]		,824
Método de extração: Análise do principal componente		
Método de rotação: Varimax com normalização de Kaiser		

3.2. Testes da Normalidade e Validade

3.2.1. Estudo do teste das hipóteses

No sentido de testar as hipóteses 1: Espera-se que existam uma relação positiva entre o autoconceito e a exigência nas características da escolha do parceiro ideal e hipótese 2: Espera-se que exista uma relação positiva entre a autoestima e a exigência nas características da escolha do parceiro ideal, foram usadas regressões lineares, de forma a testar as hipóteses.

Previamente aos testes de hipóteses foram analisadas as correlações, uma vez que esta estatística permite avaliar a magnitude e a direção da associação ou correlação existentes entre duas variáveis. A associação entre as variáveis em estudo foi averiguada através da matriz de correlação momento produto de Pearson, apresentadas na tabela 6.

Hipótese 1: Espera-se que exista uma relação positiva entre o autoconceito e a exigência nas características da escolha do parceiro ideal.

Tabela 6: *Correlações das dimensões Autoconceito – Parceiro Ideal*

	Autoconceito	Sociável	Afetuooso	Tradicional	Atlético	Família	Parceiro Ideal
Autoconceito		,168**	,265**	,018	,101*	,049	,144**
Sociável			,632**	,524**	,521**	,303**	,772**
Afetuooso				,298**	,294**	,357**	,655**
Tradicional					,505**	,289**	,705**
Atlético						,232**	,693**
Família							,720**
Parceiro Ideal							

* $p \leq .05$; ** $p \leq .01$; *** $p \leq .001$

Sociável

O valor da correlação obtido entre o autoconceito e o sociável é baixo mas significativo ($r = 0,168$; $p = 0,001$) (ver tabela 6). Através da análise dos coeficientes de regressão, verifica-se que a variável autoconceito tem efeito significativo ($t = 3,395$; $p = 0,001$) na subdimensão sociável. Pode-se ainda verificar, pela análise dos coeficientes de regressão estandardizados que o autoconceito ($\beta = 0,168$) tem um impacto sobre a subdimensão sociável (ver apêndice III, tabela I).

Afetuooso

O valor da correlação obtido entre o autoconceito e o afetuoso é baixo mas significativo ($r = 0,265$; $p < 0,001$) (ver apêndice IV, tabela II). Assim sendo, a um maior autoconceito está associado um melhor nível na subdimensão afetuoso. Através da análise dos coeficientes de regressão, verifica-se que a variável autoconceito tem efeito significativo ($t = 5,475$; $p < 0,001$) na subdimensão afetuoso. Pode-se ainda verificar, pela análise dos coeficientes de regressão estandardizados que a o autoconceito ($\beta = 0,265$) tem um impacto sobre a subdimensão afetuoso (ver apêndice IV, tabela III).

Tradicional e Família

O valor da correlação obtido entre o autoconceito e a subdimensão tradicional ($r = 0,018$; $p = 0,726$) e família ($r = 0,049$; $p = 0,333$) não são estatisticamente significativas.

Atlético

O valor da correlação obtido entre o autoconceito e o atlético é baixo mas significativo ($r = 0,101$; $p < 0,043$) (ver apêndice V, tabela IV). Assim sendo, a um maior autoconceito está associado um melhor nível na subdimensão atlético. Através da análise dos coeficientes de regressão, verifica-se que a variável AC tem efeito significativo ($t = 2,027$; $p = 0,043$) na subdimensão atlético. Pode-se ainda verificar, pela análise dos coeficientes de regressão estandardizados que a o autoconceito ($\beta = 0,101$) tem um impacto sobre a subdimensão atlético (ver apêndice V, tabela V).

Parceiro Ideal

O valor da correlação obtido entre o autoconceito e a dimensão escolha de parceiro é baixo mas significativo ($r = 0,144$; $p < 0,001$) (ver apêndice VI, tabelas VI).

Assim sendo, a um maior autoconceito está associado um melhor nível da componente parceiro ideal. Através da análise dos coeficientes de regressão, verifica-se que a variável autoconceito tem efeito significativo ($t = 2,906$; $p = 0,004$) na dimensão parceiro ideal. Pode-se ainda verificar, pela análise dos coeficientes de regressão estandardizados que a o autoconceito ($\beta = 0,144$) tem um impacto sobre a dimensão parceiro ideal (ver apêndice VI, tabela VII).

Hipótese 2: Espera-se que exista uma relação positiva entre a autoestima e a exigência nas características da escolha do parceiro ideal.

Tabela 7: Correlações das dimensões Autoestima – Parceiro Ideal

	Sociável	Afetuosos	Tradicional	Atlético	Família	Parceiro Ideal	Autoestima
Sociável		,632**	,524**	,521**	,303**	,772**	-,113*
Afetuosos			,298**	,294**	,357**	,655**	-,205**
Tradicional				,505**	,289**	,705**	-,006
Atlético					,232**	,693**	-,068
Família						,720**	-,051
Parceiro Ideal							-,109*
Autoestima							

* $p \leq .05$; ** $p \leq .01$; *** $p \leq .001$

Sociável

O valor da correlação obtido entre a autoestima e o sociável é baixo mas significativo ($r = -0,113$; $p = 0,024$) (ver tabela 22). Assim sendo, a uma maior autoestima está associado um menor nível na subdimensão sociável (ver apêndice VII, tabela VIII).

Através da análise dos coeficientes de regressão, verifica-se que a variável AE tem efeito significativo ($t = -2,268$; $p = 0,024$) na subdimensão sociável. Pode-se ainda verificar, pela análise dos coeficientes de regressão estandardizados que a autoestima ($\beta = -0,113$) tem um impacto negativo sobre a subdimensão sociável (ver apêndice VII, tabela IX).

Afetuooso

O valor da correlação obtido entre a autoestima e o afetuoso é baixo mas significativo ($r = -0,205$; $p < 0,001$). Assim sendo, a uma maior autoestima está associado um menor nível na subdimensão afetuoso (ver apêndice VIII, tabelas X). Através da análise dos coeficientes de regressão, verifica-se que a variável AE tem efeito significativo ($t = -4,178$; $p < 0,001$) na subdimensão afetuoso. Pode-se ainda verificar, pela análise dos coeficientes de regressão estandardizados que a o autoestima ($\beta = -0,205$) tem um impacto negativo sobre a subdimensão afetuoso (ver apêndice VIII, tabela XI).

Tradicional e Família

A análise das correlações entre as subdimensões tradicional, atlético e família e a Escala da Autoestima de Rosenberg, permite afirmar que as correlações não são estatisticamente significativa (tradicional: $r = -0,006$; $p = 0,904$; atlético: $r = -0,068$; $p = 0,173$; família: $r = -0,051$; $p = 0,312$).

Parceiro Ideal

O valor da correlação obtido entre a autoestima e parceiro deal é baixo mas significativo ($r = -0,109$; $p < 0,03$). Assim sendo, a uma maior AE está associado um menor nível subdimensão escolha de parceiro (ver apêndice IX, tabela XII). Através da análise dos coeficientes de regressão, verifica-se que a variável autoestima tem efeito significativo ($t = -2,180$; $p = 0,03$) na subdimensão Parceiro Ideal. Pode-se ainda verificar, pela análise dos coeficientes de regressão estandardizados que a autoestima ($\beta = -0,109$) tem um impacto negativo sobre a subdimensão Parceiro Ideal (ver apêndice IX, tabela XIII).

Hipótese 3: Espera-se que existam diferenças de género face às subdimensões Afetuoso, Tradicional e Atlético

De modo a definir a utilização de testes paramétricos ou não paramétricos para avaliação das diferenças entre os géneros nas subdimensões afetivo, tradicional e atlético, foram realizados os testes Kolmogorov-Smirnov e o teste de homogeneidade de variâncias.

Neste sentido, no que respeita à dimensão afetivo, verifica-se que a distribuição da amostra não é normal (Feminino $p = 0,000$; grupo Masculino $p = 0,000$), como se pode ver na tabela 34 e 35, que relativamente ao teste de Homogeneidade de Variância a subdimensão Afetivo (p -value (based on median) = 0,022) pelo que não se verifica homocedasticidade.

Para a subdimensão tradicional não foi validado o pressuposto da normalidade (Feminino: $p = 0,000$; Masculino: $p = 0,000$) (ver tabela 888). Deste modo, vai-se calcular o Teste de Homogeneidade de Variâncias (mediana $p = 0,07$) pelo que se verifica homocedasticidade (tabela 8).

No que concerne à subdimensão atlético, verifica-se que a distribuição da amostra é normal (Feminino: $p = 0,200$; Masculino: $p = 0,200$). Relativamente ao teste de Homogeneidade de Variância a subdimensão atlético (p -value (based on mean) = 0,017) pelo que não se verifica homocedasticidade (ver tabela 9).

Tabela 8: Testes de normalidade com base nos testes Kolmogorov-Smirnov^a e Shapiro-Wilk das subdimensões afetivo, tradicional e atlético

		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk			
		Estatís			Estatís			
	Género	tica	df	Sig.	tica	df	Sig.	
Subdim ensões	Afetuoso	Feminino	,100	252	,000***	,965	252	,000***
		Masculino	,168	147	,000***	,713	147	,000***
	Tradicional	Feminino	,084	252	,000***	,965	252	,000***
		Masculino	,108	147	,000***	,942	147	,000***
	Atlético	Feminino	,051	252	,200	,990	252	,096
		Masculino	,059	147	,200	,950	147	,000***

* $p \leq .05$; ** $p \leq .01$; *** $p \leq .001$

Tabela 9: Teste de Homogeneidade de variância das subdimensões da Escala de Atributos do Parceiro Ideal

		Estatística de Levene	df1	df2	Sig.
Afetivo	Com base em média	5,345	1	397	,021*
	Com base em mediana	5,303	1	397	,022*
	Com base em mediana e com o df ajustado	5,303	1	227,899	,022*
	Com base em média aparada	5,477	1	397	,020*

Tradicional	Com base em média	3,999	1	397	,046*
	Com base em mediana	3,298	1	397	,070
	Com base em mediana e com o df ajustado	3,298	1	390,106	,070
	Com base em média aparada	3,895	1	397	,049*
Atlético	Com base em média	5,741	1	397	,017*
	Com base em mediana	5,751	1	397	,017*
	Com base em mediana e com o df ajustado	5,751	1	395,804	,017*
	Com base em média aparada	5,666	1	397	,018*

* $p \leq .05$; ** $p \leq .01$; *** $p \leq .001$

Face aos resultados, para a avaliação das diferenças entre os géneros foi efetuada uma estatística não paramétrica, escolhendo o teste Mann-Whitney para as subdimensões afetoso e atlético, e para a subdimensão Tradicional recorreu-se a uma estatística paramétrica, utilizando o Teste T.

No que concerne à análise de variâncias entre o género e a subdimensão afetoso foi possível verificar a existência de diferenças estatisticamente significativas entre os grupos face à variável afetoso ($p < 0,001$). Assim, o Género Feminino ($\mu = 4,679$) dá maior ênfase à subdimensão afetoso comparativamente ao Género Masculino ($\mu = 4,336$).

Quando se trata da análise de variâncias entre o Género e a subdimensão Tradicional não foi possível verificar a existência de diferenças estatisticamente significativas entre os grupos face à variável Tradicional ($p = 0,511$). Assim, o Género Feminino ($\mu = 2,106$) não apresenta diferenças significativas face ao Género Masculino ($\mu = 2,059$) relativamente à subdimensão Tradicional.

No que respeita à análise de variâncias entre o Género e a subdimensão atlético foi possível verificar a existência de diferenças estatisticamente significativas entre os grupos face à variável atlético(a) ($p < 0,001$). Assim, o Género Feminino ($\mu = 3$) dá menor ênfase à subdimensão atlético comparativamente ao Género Masculino ($\mu = 3,506$).

Hipótese 4: Espera-se que existam diferenças entre o Género face ao parceiro ideal

Género e Parceiro Ideal

O pressuposto da normalidade não foi validado na dimensão parceiro ideal através do teste Kolmogorov-Smirnov para o grupo Feminino ($p = 0,022$) (ver tabela 10). Assim sendo, não existe uma distribuição normal para todas as populações. Deste modo, vai-se calcular o

Teste de Homogeneidade de Variâncias através da mediana (based on median). Relativamente ao teste de Homogeneidade de Variância na dimensão Parceiro Ideal (p-value (based on median) = 0,329) verifica-se então homocedasticidade (ver tabela 11).

Deste modo, o efeito do Género ao nível da dimensão parceiro ideal foi analisado através de um teste do teste paramétrico, depois de ter sido verificado e validado o pressuposto da homogeneidade.

No que concerne à análise de variâncias entre o Género e a dimensão parceiro ideal não foi possível verificar a existência de diferenças estatisticamente significativas entre os grupos face à variável Parceiro Ideal ($p = 0,787$). Assim, o Género Feminino ($\mu = 3,41$) não apresenta diferenças significativas face ao Género Masculino ($\mu = 3,425$) relativamente à dimensão parceiro ideal.

Tabela 10: Testes de normalidade com base nos testes Kolmogorov-Smirnov^a e Shapiro-Wilk da dimensão do Parceiro Ideal

	Género	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estatística	df	Sig.	Estatística	df	Sig.
Parceiro Ideal	Feminino	,062	252	,022	,990	252	,085
	Masculino	,071	147	,064	,908	147	,000

* $p \leq .05$; ** $p \leq .01$; *** $p \leq .001$

Tabela 11: Teste Homogeneidade de Variância da dimensão do Parceiro Ideal

		Estatística de Levene	df1	df2	Sig.
Parceiro Ideal	Com base em média	,919	1	397	,338
	Com base em mediana	,954	1	397	,329
	Com base em mediana e com o df ajustado	,954	1	358,969	,329
	Com base em média aparada	,942	1	397	,332

* $p \leq .05$; ** $p \leq .01$; *** $p \leq .001$

Hipótese 5: Espera-se que existam diferenças entre Relação de Carácter Passageiro face à subdimensão Atlético

Relação de Carácter Passageiro e Atlético

O pressuposto da normalidade não foi validado na subdimensão atlético através do teste Kolmogorov-Smirnov para o grupo Feminino ($p = 0,014$) (ver tabela 12). Assim sendo, não existe uma distribuição normal para todas as populações. Deste modo, vai-se calcular o Teste de Homogeneidade de Variâncias através da mediana (based on median). Relativamente ao teste de Homogeneidade de Variância a subdimensão Atlético (p -value (based on median) = 0,211) verifica-se então homocedasticidade (ver tabela 13).

Deste modo, o efeito da Relação de Carácter Passageiro ao nível da subdimensão Atlético foi analisado através de um teste do teste paramétrico, depois de ter sido verificado e validado o pressuposto da homogeneidade.

No que concerne à análise de variâncias entre Relação de Carácter Passageiro e a subdimensão atlético foi possível verificar a existência de diferenças estatisticamente significativas entre os grupos face à variável Atlético ($p = 0,004$). Assim, o grupo Sim ($\mu = 3,4$) apresenta diferenças estatisticamente significativas face ao grupo Não ($\mu = 3,13$) relativamente à subdimensão Parceiro Ideal.

Tabela 12: Testes de normalidade com base nos testes Kolmogorov-Smirnov^a e Shapiro-Wilk das relações de carácter passageiro e subdimensão Atlético

Tem, habitualmente, relações de carácter passageiro*?		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estatística	df	Sig.	Estatística	df	Sig.
Atlético	Sim	,065	85	,200*	,983	85	,350
	Não	,058	314	,014	,989	314	,019

* $p \leq .05$; ** $p \leq .01$; *** $p \leq .001$

Tabela 13: Teste da homogeneidade de variância da subdimensão Atlético

	Estatística de Levene	df1	df2	Sig.
Com base em média	1,572	1	397	,211
Com base em mediana	1,569	1	397	,211
Atlético Com base em mediana e com o df ajustado	1,569	1	396,999	,211
Com base em média aparada	1,515	1	397	,219

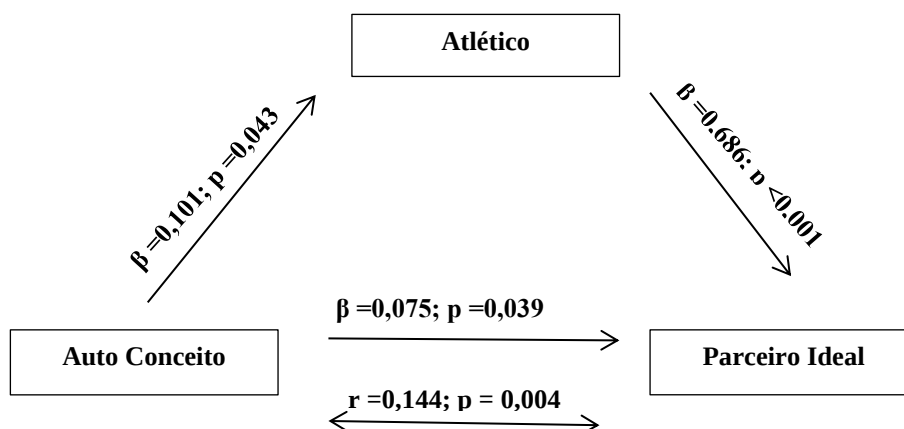
* $p \leq .05$; ** $p \leq .01$; *** $p \leq .001$

3.2.2. Estudo das Variáveis Mediadoras

De forma a complementar o presente estudo, foi efetuada uma análise à existência de variáveis mediadoras, deste modo e de acordo com Abbad e Torres (2002) o conceito de mediação consiste num pressuposto relacional entre as variáveis envolvidas, através do qual, a presença de uma variável mediadora, numa equação de regressão, diminui a magnitude do relacionamento entre a variável independente e dependente. Relativamente aos pressupostos da mediação, Baron e Kenny (1986) consideram quatro condições para a mediação ocorrer: 1) variável independente afeta significativamente a mediação; 2) variável independente afeta significativamente a variável dependente na falta da variável mediadora; 3) Mediadora tem um efeito significativo sobre a variável dependente; 4) Efeito da variável independente sobre a variável dependente fragiliza com a presença da variável mediadora através da qual, se não for significativa uma das duas relações constata-se a inexistência de mediação.

Numa primeira fase foi analisada a relação entre a subdimensão Atlético, da escala Escolha do Parceiro Ideal, como variável mediadora da relação entre o Autoconceito e Parceiro Ideal.

Figura 1: Subdimensão Atlético como variável mediadora da relação entre Autoconceito e Parceiro Ideal



O valor da correlação obtido entre o autoconceito e o parceiro ideal é baixo mas significativo ($r = 0,144; p = 0,004$) (tabela 14). De forma geral, a relação entre uma variável independente e uma determinada variável dependente é com frequência mediada por uma terceira variável, que transporta o efeito da variável independente sobre a variável dependente, ou seja, a mediação. Com base na figura 1, o modelo de mediação demonstra que o efeito do autoconceito no parceiro ideal, é composto por um efeito direto (i.e., efeito do

autoconceito no parceiro ideal, mantendo constante a terceira variável – atlético) e um efeito indireto (efeito mediado – em que o autoconceito tem efeito no parceiro ideal por meio de Atlético, que é constituído por um efeito direto positivo) do autoconceito em Atlético e por um efeito direto positivo de atlético no parceiro ideal.

Tabela 14: *Correlação entre Autoconceito e Escolha do Parceiro*

		Autoconceito	Parceiro Ideal
Autoconceito	Correlação de Pearson	1	,144**
	Sig. (2-tailed)		,004
	N	400	399
Parceiro Ideal	Correlação de Pearson	,144**	1
	Sig. (2-tailed)	,004	
	N	399	399

*p≤.05; **p≤.01; ***p≤.001

Para testar o modelo foram utilizadas duas regressões lineares, uma em que as variáveis independentes são autoconceito e atlético e a variável dependente é o parceiro ideal e outra em que a variável independente é o autoconceito e a variável dependente é o parceiro ideal. Os resultados evidenciaram que o efeito direto é significativo ($\beta = 0,075$; $p = 0,039$) (tabela 15).

Tabela 15: *1ª Regressão- Teste dos coeficientes autoconceito e subdimensão Atlético*

Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.	Estatística de Colinearidade	
	B	Erro Padrão	Beta			Tolerância	VIF
(Constante)	1,473	,202		7,303	,000***		
1 Autoconceito	,103	,050	,075	2,070	,039*	,990	1,010
Atlético	,485	,026	,686	18,929	,000***	,990	1,010

a. Variável dependente: Escolha de Parceiro

*p≤.05; **p≤.01; ***p≤.001

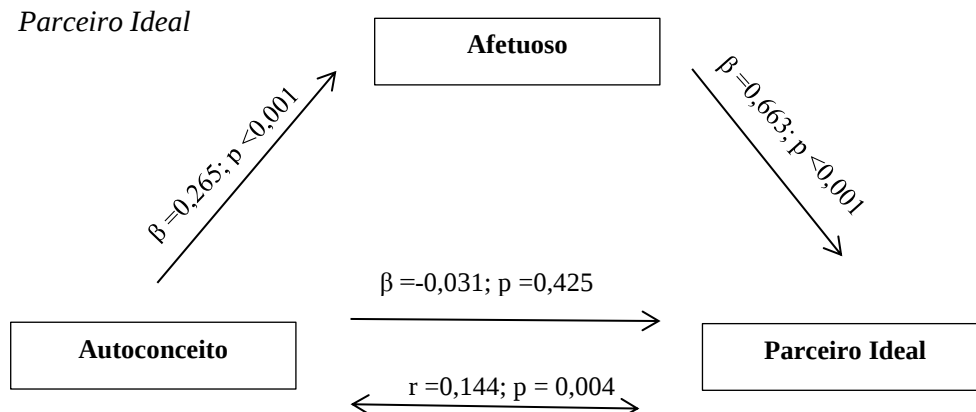
O efeito direto de autoconceito em Atlético é significativo ($\beta = 0,101$; $p = 0,043$) assim como o de atlético no parceiro ideal ($\beta = 0,686$; $p < 0,001$). Deste modo, pode-se verificar que a correlação observada entre o autoconceito e o parceiro ideal se deve ao efeito mediador de atlético (tabela 16), que é significativo.

Tabela 16: 2ª Regressão – Teste do coeficiente Autoconceito

Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados		t	Sig.	Estatística de Colinearidade	
	B	Erro Padrão	Beta				Tolerância	VIF
1	(Constante)	2,430	,376		6,465	,000***		
	Autoconceito	,197	,097	,101	2,027	,043*	1,000	1,000

a. Varável dependente: Atlético

*p≤.05; **p≤.01; ***p≤.001

Figura 2: Subdimensão Afetuoso como variável mediadora da relação entre Autoconceito e Parceiro Ideal

O valor da correlação obtido entre o autoconceito e o parceiro ideal é baixo mas significativo ($r=0,144$; $p=0,004$). Com base na figura 2, o modelo de mediação demonstra que o efeito do autoconceito no Parceiro Ideal (tabela 17) é composto por um efeito direto (i.e., efeito do autoconceito no parceiro ideal, mantendo constante a terceira variável – afetuoso) e um efeito indireto (efeito mediado – em que o autoconceito tem efeito no parceiro ideal por meio de afetuoso que é constituído por um efeito direto positivo do autoconceito em afetuoso e por um efeito direto positivo de afetuoso) no parceiro ideal.

Tabela 17: Correlação entre Autoconceito e Escolha do Parceiro

		Autoconceito	Parceiro Ideal
Autoconceito	Correlação de Pearson	1	,144**
	Sig. (2-tailed)		,004
	N	400	399
Parceiro Ideal	Correlação de Pearson	,144**	1
	Sig. (2-tailed)	,004	
	N	399	399

*p≤.05; **p≤.01; ***p≤.001

Para testar o modelo foram utilizadas duas regressões lineares, uma em que as variáveis independentes são o autoconceito e atlético e a variável dependente é o parceiro ideal e outra em que a variável independente é o autoconceito e a variável dependente é o parceiro ideal. Os resultados evidenciaram que o efeito direto é significativo ($\beta = 0,075$; $p = 0,039$) (tabela 18).

Tabela 18: 1ª Regressão: Teste dos Coeficientes autoconceito e subdimensão afetuosos

Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.	Estatísticas de colinearidade	
	B	Erro Padrão	Beta			Tolerância	VIF
(Constante)	,328	,245		1,342	,180		
1 Autoconceito	-,043	,054	-,031	-,799	,425	,930	1,076
Afetuosos	,709	,042	,663	16,858	,000	,930	1,076

a. Variável dependente: Escolha de Parceiro

* $p \leq .05$; ** $p \leq .01$; *** $p \leq .001$

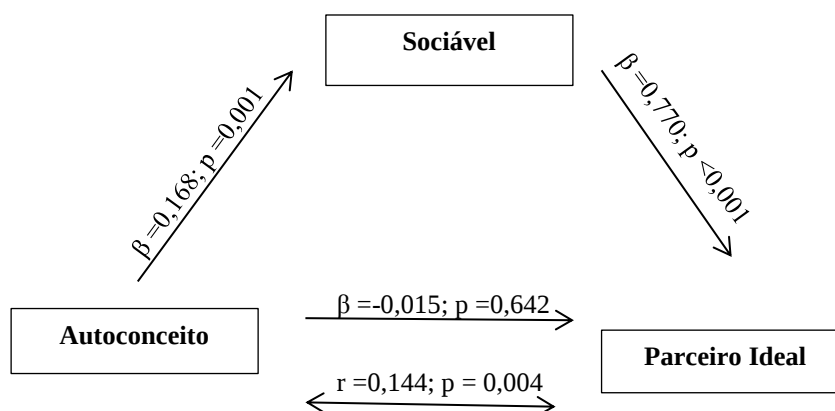
O efeito direto de autoconceito em Afetuosos é significativo ($\beta = 0,265$; $p < 0,001$) assim como o de afetuosos no parceiro ideal ($\beta = 0,663$; $p < 0,001$) (Tabela 19). Deste modo, pode-se verificar que a correlação observada entre o autoconceito e o parceiro ideal se deve ao efeito mediador de afetuosos, que é significativo (teste de Sobel, $p = 0,0000016$).

Tabela 19: 2ª Regressão: Teste do coeficiente autoconceito

Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.	Estatísticas de colinearidade	
	B	Erro Padrão	Beta			Tolerância	VIF
(Constante)	3,279	,241		13,590	,000		
1 Autoconceito	,342	,062	,265	5,475	,000	1,000	1,000

a. Variável dependente: Afetuosos

Figura 3: Subdimensão Sociável como variável mediadora da relação entre o Autoconceito e o Parceiro Ideal



O valor da correlação obtido entre o autoconceito e o parceiro ideal é baixo mas significativo ($r=0,144$; $p=0,004$) (Figura 3 e tabela 20). Com base na figura 3, o modelo de mediação demonstra que o efeito do autoconceito no parceiro ideal é composto por um efeito direto (i.e., efeito de autoconceito em parceiro ideal, mantendo constante a terceira variável – sociável) e um efeito indireto (efeito mediado – em que o autoconceito tem efeito no parceiro ideal por meio de sociável que é constituído por um efeito direto positivo) do autoconceito em sociável e por um efeito direto positivo de Sociável no parceiro ideal. Para testar o modelo foi utilizado duas regressões lineares, uma em que as variáveis independentes são o autoconceito e sociável e a variável dependente é o parceiro ideal e outra em que a variável independente é o autoconceito e a variável dependente é o parceiro ideal.

Tabela 20: Correlação entre Autoconceito e Escolha do Parceiro

		Autoconceito	Parceiro Ideal
Autoconceito	Correlação de Pearson	1	,144**
	Sig. (2-tailed)		,004
	N	400	399
Parceiro Ideal	Correlação de Pearson	,144**	1
	Sig. (2-tailed)	,004	
	N	399	399

* $p \leq .05$; ** $p \leq .01$; *** $p \leq .001$

Os resultados evidenciaram que o efeito direto não é significativo ($\beta = -0,015$; $p = 0,643$) (Tabela 21).

Tabela 21: 1ª Regressão- Teste dos coeficientes autoconceito e subdimensão sociável

Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados		t	Sig.	Estatísticas de colinearidade	
	B	Erro Padrão	Beta				B	
(Constante)	,1,090	,182			5,980	,000		
1 Autoconceito	,021	,045	,015		,465	,642	,972	1,029
Sociável	,643	,027	,770		23,772	,000	,972	1,029

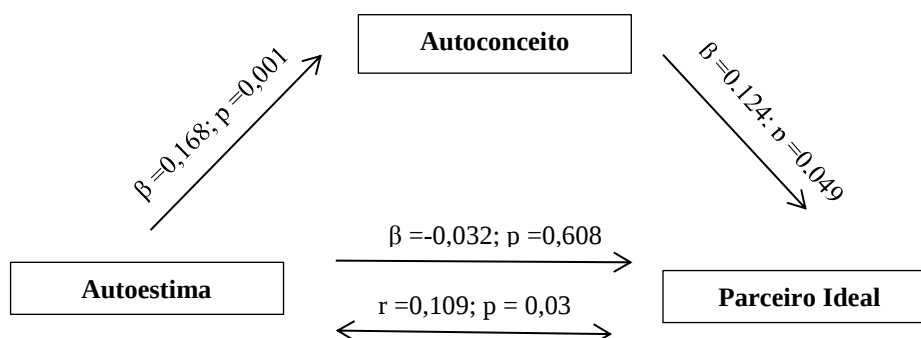
a. Variável dependente: Escolha de Parceiro

O efeito direto do autoconceito em sociável é significativo ($\beta = 0,168$; $p = 0,001$) assim como o de sociável no parceiro ideal ($\beta = 0,770$; $p < 0,001$) (Tabelas 22). Deste modo, pode-se verificar que a correlação observada entre o autoconceito e o parceiro ideal se deve ao efeito mediador de sociável, que é significativo.

Tabela 22: 2ª Regressão- Teste de coeficiente Autoconceito

Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados		t	Sig.	Estatísticas de colinearidade	
	B	Erro Padrão	Beta				B	
(Constante)	2,429	,315			7,701	,000		
1 Autoconceito	,277	,082	,168		3,395	,001	1,000	1,000

a. Variável dependente: Sociável

Figura 4: AC como variável mediadora da relação entre Autoestima e Parceiro Ideal

O valor da correlação obtido entre a autoestima e o parceiro ideal é baixo e negativo mas significativo ($r = -0,109$; $p = 0,030$) (Tabela 23). Com base na figura 4, o modelo de mediação demonstra que o efeito da autoestima no Parceiro Ideal é composto por um efeito

direto (i.e., efeito da autoestima no parceiro ideal, mantendo constante a terceira variável – autoconceito) e um efeito indireto (efeito mediado – em que a autoestima tem efeito no parceiro ideal por meio do autoconceito que é constituído por um efeito direto positivo) da autoestima no autoconceito e por um efeito direto positivo do autoconceito no parceiro ideal.

Tabela 23: Correlação entre Autoestima e Escolha Parceiro

		Autoestima	Parceiro Ideal
Autoestima	Correlação de Pearson	1	-,109*
	Sig. (2-tailed)		,030
	N	400	399
Parceiro Ideal	Correlação de Pearson	-,109*	1
	Sig. (2-tailed)	,030	
	N	399	399

*p≤.05; **p≤.01; ***p≤.001

Para testar o modelo foram utilizadas duas regressões lineares, uma em que as variáveis independentes são a autoestima e o autoconceito e a variável dependente é o parceiro ideal, e outra em que a variável independente é a autoestima e a variável dependente é o parceiro ideal. Os resultados evidenciaram que o efeito direto não é significativo ($\beta = 0,032$; $p = 0,608$) (Tabela 24).

Tabela 24: 1ª Regressão-Teste de coeficientes autoconceito e autoestima

Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.	Estatísticas de colinearidade	
	B	Erro Padrão	Beta			B	
(Constante)	2,835	,445		6,366	,000		
1 Autoestima	-,036	,070	-,032	-,513	,608	,623	1,605
Autoconceito	,172	,087	,124	1,977	,049	,623	1,605

a. Variável dependente: Escolha de Parceiro

*p≤.05; **p≤.01; ***p≤.001

O efeito direto da autoestima no autoconceito é significativo ($\beta = -0,615$; $p < 0,001$) assim como o do autoconceito no parceiro ideal ($\beta = 0,124$; $p < 0,049$) (Tabela 25). Deste modo, pode-se verificar que a correlação observada entre a autoestima e o parceiro ideal se deve ao efeito mediador do autoconceito, que é significativo (teste de Sobel, $p = 0,049$).

Tabela 25: 2ª Regressão- Teste de coeficiente Autoestima

Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.	Estatísticas de colinearidade	
	B	Erro Padrão	Beta			B	
(Constante)	4,927	,071		69,083	,000		
1 Autoestima	-,494	,032	-,615	- 15,571	,000	1,000	1,000

a. Variável dependente: Autoconceito

*p≤.05; **p≤.01; ***p≤.001

Capítulo 4. Discussão

A presente investigação teve como objetivo perceber a relação existente entre o autoconceito, a autoestima e a escolha do parceiro ideal, tendo por base a psicologia evolutiva.

Neste sentido foram desenvolvidas cinco hipóteses de investigação, com base do enquadramento teórico realizado. Tendo por base essas mesmas hipóteses, foram realizadas análises estatísticas, com uma amostra total de 400 participantes.

Neste sentido, relativamente à primeira hipótese «Espera-se que exista uma relação positiva entre o autoconceito e a exigência nas características da escolha do parceiro ideal», constatou-se que quanto maior o autoconceito maior é a valorização das subdimensões sociável e afetuoso, ou seja, existe uma relação positiva. Relativamente à subdimensão atlético constatou-se uma correlação moderada, já no que diz respeito às subdimensões tradicional e família não existe correlação.

De acordo com Buston & Emlen (2003), no estudo desenvolvido, foi verificado que a procura do companheiro e a sua preferência estaria positivamente relacionada com os níveis de autoconceito dos indivíduos, defendendo ainda que existe relação entre a escolha de um parceiro e a percepção que cada indivíduo tem de si, isto é, tendo em conta o seu autoconceito.

Estes resultados poderão estar relacionados com o facto da maioria dos participantes (59,3%) possuírem uma relação, valorizando neste sentido características de maior carácter emocional e comportamental, dando ênfase às características de personalidade do parceiro ideal. Tal como refere Buss (1989), características comportamentais, como a gentileza, são importantes na interação com o parceiro.

No que concerne à subdimensão atlético, na correlação moderada poderá estar subjacente o mesmo critério acima referenciado, ou ainda, um fator de desabilidade social, uma vez que uma pesquisa no Reino Unido, indica a valorização da atratividade física na sua maioria no que diz respeito aos homens, no entanto cada vez mais, também nas mulheres, tal como pelas habilidades sociais (Einon, 1997).

Por último, contrariamente aos resultados apresentados no presente estudo no que concerne às subdimensões tradicional e família, autores referem que características culturais e crenças similares podem ser fundamentais para a formação e manutenção de uma relação, fortalecendo uma união estável e socialmente aceite (Shackelford, Schmitt & Buss, 2005).

Por outro lado, Buston & Emlen (2003), referem que existe bastante flexibilidade nas preferências relativas à escolha dos parceiros, no que concerne à variação do status social, o que pode estar relacionado com a oscilação dos valores do indivíduo que procura um parceiro ideal.

Relativamente à segunda hipótese «Espera-se que exista uma relação positiva entre a autoestima e a exigência nas características da escolha do parceiro ideal», os resultados mostraram que existe uma relação negativa entre a autoestima e a subdimensão sociável e afetuosa, já no que respeita às restantes subdimensões não existe uma relação estatisticamente significativa.

Pawlowski & Dunbar (1999), sugerem que os indivíduos têm consciência das suas competências, através das autoavaliações que realizam, e nesse sentido, mediante a sua autoestima, assim será definida a exigência nas características da escolha do parceiro ideal. Em indivíduos com baixa autoestima, é relatado que estes se consideram pouco merecedores na exigência da escolha de um parceiro, gerando inclusive diferentes níveis de tolerância com as características menos desejáveis apresentados pelos parceiros.

«Espera-se que existam diferenças de género face às subdimensões afetuoso, Tradicional e Atlético», relativamente à terceira hipótese constatou-se que existem diferenças significativas entre géneros, face às subdimensões afetuoso e atlético, sendo que relativamente ao tradicional não há diferenças significativas.

As mulheres, tendencialmente, procuram características nos parceiros, que contribuam para a estabilidade da sua família. Naturalmente são as mulheres que se mostram mais exigentes na seleção do seu parceiro, no que respeito a atributos de investimento emocional, material e energético, apresentavam maior sucesso na manutenção da sua família, quando comparadas com as menos exigentes. Por outro lado, os homens, contrariamente às mulheres, investem biologicamente menos e por esse motivo apresentam-se menos exigentes na seleção das suas parceiras, dando primazia à atratividade física das mulheres, sinais de juventude e fertilidade (Buss, 1989; 1995, 2006; Buss & Schmitt, 1993).

Relativamente à subdimensão tradicional, a literatura contraria os resultados, mostrando que as mulheres apresentam maior preferência por homens com estatuto social elevados e que possuam uma maior estabilidade socioeconómica (Buss, 1989). Por outro lado, homens com um status elevado, procuram parceiras fisicamente mais atraentes (Buston & Emlen, 2003).

No que concerne à hipótese quatro «Espera-se que existam diferenças entre o Género face ao Parceiro Ideal», não foram verificadas diferenças significativas entre os géneros e a escolha do parceiro ideal. Vários estudos indicam a semelhança relativa à escolha de determinadas características da escolha do parceiro. Este resultado poderá refletir o conceito de homogamia, caracterizada pela tendência que os indivíduos possuem em procurar no parceiro características semelhantes a si próprios (Hattori, 2009; Lucas e cols., 2004), os

indivíduos procuram especificamente atributos sociais, status socioeconómico, características de personalidade e nível de educação semelhantes.

Neste sentido, a escolha de parceiros poderá trazer diversos benefícios para as relações, como a redução de atritos matrimoniais e mediações genéticas, isto é, combinações genéticas adaptativas (Dijkstra & Barelds, 2008; Furnham, 2009).

Buston e Emlen (2003), salientam a importância das semelhanças numa relação, tais como traços de personalidade que facilitem a convivência ou as semelhanças culturais. A tomada de decisão no processo da escolha de parceiros incorpora em si parâmetros fundamentais, mesmo que de forma inconsciente. Autores como Miller e Todd (1998), referem quatro conjuntos de fatores que influenciam a escolha de um parceiro, no que respeita à qualidade, estas são a atratividade física, a inteligência, o status social e a personalidade. Acrescentam ainda que a perceção do próprio valor do indivíduo influencia a qualidade da relação com o parceiro de qualidades ideais.

Por outro lado, Buss (1994; 2003), desenvolveu um estudo que tinha como base trinta e sete culturas distintas, através do qual conclui que as preferências de ambos os géneros se guiam por diferentes critérios. As mulheres preferencialmente procuram homens com algum estatuto socioeconómico, isto é, estatuto social e recursos elevados, já os homens preferem mulheres com indicadores de juventude, facilidade de fecundação e saúde. Neste sentido as mulheres asseguram a sua autoproteção e a dos seus descendentes, quando ao homem cabe a garantia de que o sexo será proveitoso de forma genética.

Por fim, foi testada a hipótese cinco «Espera-se que existam diferenças entre Relação de Carácter Passageiro face à subdimensão Atlético». Relativamente a esta hipótese, foram verificadas diferenças significativas entre géneros. Isto é, foi possível perceber que a subdimensão atlético assume maior importância quando maior é a frequência das relações de carácter passageiro. Tendencialmente são mais os homens que procuram este tipo de relação.

Segundo a teoria evolutiva, existem duas estratégias de formação de relacionamentos, relações a curto e a longo prazo, já as relação de curto prazo é pautada pela possibilidade de sexo casual e pela quantidade e a relações a longo prazo pelo compromisso, fidelidade e qualidade (Buss, 2003). Para os homens, a relação de qualidade identifica-se pela sinceridade na relação, bem como pela avaliação mútua de recursos e pelo retardo no início das relações sexuais. No que concerne às relações de quantidades, estas frequentemente evoluem pressão psicológica, conversas sobre sexo e valorização da atratividade física (Hirsch & Paul, 1996).

Relativamente às mulheres, nas relações de curta duração, estas não valorizam a questão reprodutiva nem a questão financeira do parceiro. Por outro lado, nas relações de

longa duração, estes fatores assumem total importância, de forma a garantirem a estabilidade da sua família (Buss, 2004). Relativamente à seletividade, verificou-se que estes são igualmente menos seletivos tanto em relações de carácter passageiro, como em relações de longa duração. Estudos apontam que dependendo da situação em que os indivíduos se encontram, os interesses vão igualmente variando, no entanto as mulheres procuram preferencialmente relacionamentos de longa duração, ao contrário dos homens que preferem variedade quanto ao número de parceiras (Schmitt, 2005; Trivers, 1972).

No presente estudo, foi igualmente estudada a diferença entre géneros e idades na escolha do parceiro ideal, no entanto, não foram verificadas diferenças significativas. Porém considerou-se pertinente referir, uma vez que segundo a literatura essas diferenças são significativas. A beleza física assume um papel preponderante no que respeita às relações interpessoais. Variáveis como a idade, o género e o estatuto socioeconómico influenciam os efeitos positivos da beleza física sobre a atração (Alferes, 2006). Relativamente às mulheres, tendencialmente, estas procuram homens da mesma idade ou mais velhos, uma vez que transmitem maior nível de estabilidade e proteção para com a própria e sua família, já no que diz respeito aos homens, estes procuram preferencialmente mulheres mais jovens, sinónimo de maior valor reprodutivo, como a proporção do seu corpo, tendo em conta a cintura e anca, sinais de juventude e atratividade física. Ambos os sexos valorizam a questão da atratividade física, no entanto é menos provável que os homens descurem essas características (Buss & Schmitt, 1993).

Por fim, e de forma a complementar o anterior exposto, foram verificadas mediações, com as quais foi possível constatar que existe um efeito direto entre o autoconceito e o parceiro ideal e um efeito indireto, onde o autoconceito tem efeito no parceiro ideal por meio da subdimensão atlético. Existe ainda um efeito direto do autoconceito no atlético e do atlético na escolha do parceiro. O mesmo se verificou na subdimensão afetuoso e sociável.

Relativamente à última mediação analisada, percebeu-se que não há efeito significativo entre a autoestima e a escolha de parceiros, indo desta forma de encontro à segunda hipótese, no entanto existe um efeito direto entre a autoestima e o autoconceito e o autoconceito e o parceiro ideal. Isto é, o autoconceito é influenciado pela autoestima e pelo parceiro ideal.

4.1. Implicações

Os resultados da investigação permitiram compreender que existe uma relação entre o autoconceito, a autoestima e a escolha do parceiro ideal. Tendo em conta as diferenças de

género, as preferências pelas características do parceiro ideal vão oscilando. Verificou-se que as mulheres são naturalmente mais seletivas que os homens, na escolha de parceiros e consequentemente mais exigentes na escolha das características do parceiro ideal.

Globalmente, este estudo contribuiu para maior conhecimento psicológico das relações que podem existir entre a autopercepção e a autoavaliação pessoal e a escolha do parceiro ideal.

4.2 Limitações do Estudo

No presente estudo, os principais aspetos que poderão representar limitações, referem-se ao aspeto não probabilístico da amostra por conveniência, não permitindo realizar generalizações concretas para toda população, o facto de o método ser de carácter transversal, ou seja, baseando-se num único momento, não tendo em conta as variações das características dos mesmos elementos amostrais no decorrer de um longo período de tempo e o controlo da amostra. Outra das limitações do estudo, refere-se à aplicação da «Escala de Atributos de um(a) Parceiro(a) Ideal» adaptada e não validade para a população portuguesa. Ainda, o facto de se definir como um estudo de carácter exploratório, poderá constituir uma limitação, na escassez de literatura, que relacione as três variáveis principais, que sustente da melhor forma a presente investigação. A não aplicação de um teste de desejabilidade social, poderá ter contribuído para o não controlo dos resultados da amostra.

4.3. Sugestões

Após a realização da presente investigação, considerou-se pertinente para estudos futuros, perceber em que medida a satisfação na relação e a respetiva duração, influencia a autoestima e o autoconceito dos indivíduos. Por outro lado, seria interessante perceber em que medida a seleção do parceiro acontece, tendo em conta a desejabilidade social. Perceber a escolha de atributos de um parceiro ideal por parte de indivíduos em diferentes fases de desenvolvimento, de modo a existir uma maior percepção no que concerne à mudança de paradigmas geracionais. Ainda, seria pertinente perceber a relação entre a orientação sexual e os atributos desejáveis no parceiro ideal. Considerou-se muito pertinente a comparação de grupos para estudos futuros, nomeadamente grupos étnicos e a escolha de parceiros, uma vez que é reconhecida a diferença cultural no que respeita a esta temática.

Conclusão

O objetivo da presente Dissertação foi perceber a relação entre o autoconceito, a autoestima e a escolha do parceiro ideal. Entende-se que o estudo contribuiu para uma melhor compreensão das relações interpessoais e respetivas evoluções.

Na investigação, recorreu-se a uma metodologia com consistência, utilizando-se medidas com propriedades psicométricas adequadas, com validade e fidelidade apropriadas para o conjunto de participantes selecionados.

Recorreu-se à psicologia evolutiva como base teórica, para a compreensão da temática da escolha do parceiro ideal, uma vez que foi Darwin em 1971, quem identificou o processo evolutivo relacionado com a reprodução, incluindo a escolha de parceiros, intitulado de seleção sexual.

De acordo com Gecas (1982), o autoconceito relaciona-se com a autoperceção de cada indivíduo, a qual deriva das suas relações sociais, das emoções que experiencia e da interpretação que realiza acerca das mesmas. Como tal, o autoconceito funciona como um indicador de ajuste emocional, mediador do comportamento do indivíduo e de desenvolvimento de emoções interpessoais. Já a autoestima é muitas vezes encarada como equivalente ao autoconceito ao nível da literatura, constituindo-se um dos fatores mais importantes do bem-estar psicológico e do funcionamento social do indivíduo, associado à avaliação que o indivíduo realiza acerca dos seus comportamentos (Tamayo et al., 2001).

De acordo com o referencial teórico abordado e os resultados obtidos, após a análise estatística, foi possível identificar que os resultados, na sua globalidade, foram significativamente estatísticos.

Os resultados apresentaram que de forma geral, existe relação entre o autoconceito e a escolha do parceiro ideal, isto é, a preferência nas características do parceiro ideal encontra-se positivamente relacionada com os níveis de autoconceito.

Contrariamente ao esperado, não foram verificadas diferenças significativas na relação da autoestima e as subdimensões sociável e afetuoso, existindo uma relação negativa entre os referidos constructos, relativamente às restantes foi verificada uma relação estatisticamente não significativa.

Por outro lado, resultados permitiram perceber que existem diferenças significativas entre géneros, nas características da escolha do parceiro ideal, fundamentalmente das subdimensões atlético e afetuoso. Confirmando-se que tendencialmente os homens procuram características de maior carácter físico e as mulheres de valor emocional. Por outro lado, os resultados foram contra o que é referido na literatura relativamente à subdimensão tradicional, uma vez que não houve diferenças significativas. A literatura reforça que as mulheres

procuram e valorizam parceiros que possuam um maior estatuto socioeconómico, com vista à manutenção e proteção da sua família.

No geral, os resultados obtidos podem indicar, que existe uma relação significativa aquando da perceção e avaliação dos próprios indivíduos, nas relações interpessoais, variando de acordo com o contexto social e os objetivos inerentes ao tipo de relações pretendidas.

Referências

- Alferes, V. R. (1997). *Encenações e comportamentos sexuais: Para uma psicologia social da sexualidade*. Porto: Afrontamento;
- Allport, G. W. (1937). *Personality – A Psychological interpretation*. New York: Henry Hold and Company;
- Azevedo, A.S. & Faria, L.(2006). *Motivação, sucesso e transição para o ensino superior*. Psicologia, 20 (2), pp. 69-93;
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215;
- Bandura, A. (1982). Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. In, M. Harlan Davidson, Inc. (Trabalho original publicado em 1977);
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: a social cognitive theory*. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall;
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: the exercise of control*. NewYork: Freeman;
- Bereczkei, T., Voros, S., Gal, A. & Bernath, L. 1997 Resources, attractiveness, family commitment; reproductive decisions in human mate choice. *Ethology* 103, 681-699;
- Bednar, R., Wells, G., & Peterson, S. (1989). *Self-esteem: Paradoxes and innovations in clinical theory and practice*. Washington, DC: American Psychological Association;
- Bednar, R. L., & Peterson, S. R.(1995). Conceptual themes: Overview and analysis. In R. L; Bednar, S. R. Peterson (Eds.), *Self-esteem: Paradoxes and innovations in clinical theory and practice* (2nd ed.) (pp. 19-63). Washington, DC US: American Psychological Association;
- Borgehoff Mulder, M. (1995) *Curr. Anthropol.* 36, 573–603;
- Brown, J. D., & Mankowski, T. A. (1993). Self-esteem, mood, and self-evaluation: Changes in mood and the way you see you. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 421-430;
- Buss, D. M. (1985). *Human mate selection*. *American Scientist*, 73, 47—51.
- Buss, D.M. (1989a). Sex differences in human mate preferences: Evolutionary hypotheses testing in 37 cultures. *Behavioral and Brain Sciences*, 12, 1-49;
- Buss D.M. & Schmitt D.P. (1993). Sexual Strategies Theory: An Evolutionary Perspective. *Psychological Review*, 100 (2), 204-232;

- Buss, D. M.(1994/2003). *The evolution of desire: Strategies of human mating*. New York: Basic Books;
- Buss, D.M. (1995). “Psychological sex differences. Origins through sexual selection”. *American Psychologist*, 50(30), 164-171;
- Buss, D. M. (2004). *Evolutionary psychology: the new science of the mind*. Boston: Pearson;
- Buston, P.M., & Emlen, S.T.(2003). *Cognitive processes underlying human mate choice: The relationship between self-perception and mate preference in Western society*. Department on Neurobiology and Behavior, Cornell University, Ithaca, NY;
- Burges, M.(2006). Autoconceito e auto-estima: Abordagem de Enfermagem centrada na Família. *Cadernos de Bioética*, 40, 65-85;
- Byrne, D. (1971). *The attraction paradigma*. Nova Iorque: Academic Press;
- Carapeta, C., Ramires, A., & Viana, M. (2001) Auto-conceito e participação desportiva. *Análise Psicológica*, XIX, 51-58;
- Clemente, I.F. (2008). *Auto-conceito e problemas de comportamentos em crianças com dificuldades de aprendizagem*. Dissertação de Mestrado em psicologia Clínica e da Saúde apresentada à Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade de Lisboa;
- Coopersmith, S. (1989). *Coopersmith Self-Esteem Inventory*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press;
- Cole, S. T., Eiglmeier, K., Parkhill, J. & 42 other authors (2001). Massive gene decay in the leprosy bacillus. *Nature* 409, 1007–1011;
- Cosmides, Leda; Tooby, John. Cognitive adaptations for social exchange. Barkow, Cosmides & Tooby (1992), pp. 163-228;
- Clutton-Brock, T.H. (1991). *The Evolution of Parental Care*. NJ: Princeton U. Press;
- Darwin, Charles. *The Descent of Man*. Introdução de James Moore e Adrian Desmond. Londres: Penguin Books, [1871] 2004;
- Demo, D. (1992). The self-concept over time: Research Issues and Directions. *Annual Review of Sociology*, 18, 303-326;
- Dijkstra, P. & Buunk, B. P. (1998). Jealousy as a function of rival characteristics: an evolutionary perspective. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24, 1158–1166;
- Dutton, K. A., J. D. (1997). Global self-esteem and specific self-views as determinants os people’s reactions to success and failure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73 (1), 139-148;
- Eibl-Eibesfeldt, I. (1989). *Human Ethology*. NY: Aldine de Gruyter;

- Esteban, B. (1996). *Ciencias Psicosociales Aplicads a la Salud*. Madrid, Interamericana, McGraw-Hill;
- Faria, L. (2005). Desenvolvimento do auto-conceito físico nas crianças e nos adolescentes. *Análise Psicológica*, 4 (XXIII), pp.361-371;
- Feingold, A. (1988). Matching for attractiveness in romantic partners and same sex-friends: A meta-analysis and theoretical critique. *Psychological Bulletin*, 104, 226-235;
- Firestone, W. A. (1987). Meaning in method: The rhetoric of quantitative and qualitative research. *Educational Researcher*, 16(7), 16-21;
- Gangestad, S. W., Simpson, J.A., Cousins, A.J., Garver-Apgar, C.E. & Christensen, P.N. (2004);
- Geary, D. C., & Hoard, M. K. (2005). Learning disabilities in arithmetic and mathematics: Theoretical and empirical perspectives. In J. I. D. Campbell (Ed.), *Handbook of mathematical cognition* (pp. 253-267). New York: Psychology Press;
- Gomes, Ana. (2010). A escolha do parceiro(a) ideal por hetero e homossexuais. (Tese de mestrado não publicada). Universidade Federal da Paraíba, Brasil;
- Goñi, E. & Fernández, A. (2009). El autoconcepto. In: Grandmontagne, A. G. (Coord.). *El autoconcepto físico*. Madrid: Ediciones Pirámide;
- Gecas, V. (1982) - The self-concept - *Ann. Rev. Sociol.*, 8 : 1-33;
- George, L. (2001). The Social Psychology of Health. In R. Binstock & L. George (Eds), *Handbook of Aging and Social Sciences*. (pp. 217-237). New York. Academic Press;
- Hamachek, D.E. (1978). Psychodynamics of normal and neurotic perfectionism. *Psychology*, 15, 27-33;
- Hattie, J. (1992). *Self-Concept*. Hillsdale. New Jersey. Lawrence Erlbaum Associates;
- Harter, S. (1996). Historical Roots of Contemporary Issues Involving Self-concept. In Bruce Bracken, (Ed) *Handbook of Self-concept*, (pp. 1-37). USA. John Wiley and Sons, INC;
- Harter, S., Whitesell, N. R. (2003). Beyond the debate: Why some adolescents report stable self-worth over time and situations, whereas others report changes in self-worth. *Journal of Personality*, 71(6), 1027-1058;
- Hidalgo, V., & Palácios, J. (1995). O Desenvolvimento da personalidade dos 6 aos 12 anos. In C. Coll, J. Palácios & A. Marchesi (Orgs.), *Desenvolvimento psicológico e educação* (Vol.1, pp.243-249). Porto Alegre: Artes Médicas;
- Hogg, M. A., Cooper-Shaw, L., e Holzworth, D. W. (1993). Group prototypically and depersonalized attraction in small interactive groups. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 19, 452-465;

- Korman, A. K. (1967). Self-esteem as a moderator of the relationship self-perceived abilities and vocational choice. *Journal of Applied Psychology*, 51, (1), 6-67;
- James, W. (1890). *The Principles of Psychology* (Vol. 1). New York: Holt;
- Leahy, R.L. (1985) - The Costs of Development : Clinical Implications - In R.L. Leahy (edit) *The Development of the Self* . (pp. 267-294). Academic Press, Inc;
- Leary, M. R., Tambor, E. S., Terdal, S. J. & Downs, D. L. (1995). Self-esteem as an interpersonal monitor: The sociometer hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 518-530;
- Little, A.C., Jones, B.C., 2006. *Attraction independent of detection suggests special mechanisms for symmetry preferences in human face perception*. Proceedings of the Royal Society B-Biological Sciences 273 (1605), 3093–3099;
- Löchel, E. (1983). Sex Differences in Achievement Motivation. In J. Jaspars, F. D. Fincham e M. Hewstone (Eds.), *Attribution Theory and Research: Conceptual, Developmental and Social Dimensions*, p. 267-294. New York: Academic-Press;
- Lumsden, C. J. and E. O. Wilson. 1981. *Genes, Mind and Culture: The Coevolutionary Process*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press;
- Markus, H. & Nurius, P. (1986). Possible Selves. *American Psychologist*, 41, 954-969;
- Markus, H. & Wurf, E. (1987). The Dynamic self-concept: a social psychology perspective. *Annual Review of Psychology*, 38, 299-337;
- Martín-Albo, J., Núñez, J., Navarro, J. & Grijalvo, F. (2007). The Rosenberg Self-Esteem Scale: translation and validation in university students. *The Spanish Journal of Psychology*, 10(2), 458-467;
- Moore, C. & Lemmon, K. (2001). The nature and utility of the temporally Extended Self. In, C. Moore & K. Lemmon (Eds), (pp. 1-14). *The Self in time: Developmental Perspective*. Hillsdale, NJ. Erlbaum;
- Mosquera, J. J. M.; Stobäus, C. D.; Jesus, S. N.; Hermínio, (2006). C. I. Universidade: auto-imagem, auto-estima e auto-realização. *UNIrevista, São Leopoldo*, v. 1, n. 2, p. 1-13, abr. 2006;
- Murstein, B. I. (1972). Physical attractiveness and marital choice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 22, 8-12;
- Nelson-Jones, R. (1994) - Effective thinking skills: Preventing and Managing Personal Problems – Cassell;
- Pinker, S. (1997). *How the mind works*. NY: Norton;
- Pinker, S. (2002). *The blank slate: the modern denial of human nature*. N.Y: Viking;

- Roid, G. & Fitts, W. (1989). *Tennessee Self-Concept Scale (TSCS), Revised Manual*. 2nd Edition. California. WPS;
- Rogers, C. R. (1961/1980). Tornar-se pessoa (Eds.). Lisboa: Moraes Editores.
- Rosenbaum, M. E. (1986). The repulsion hypothesis: On the nondevelopment of relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1156-1166;
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton: Princeton University Press;
- Rosenberg, M. & Kaplan, H. (1982). *Social Psychology of the Self-Concept*. USA. Halan Davidson Inc;
- Rosenberg & Howard Kaplan. (s/d). *Social Psychology of the Self-Concept*. USA.
- Sánchez, E. & Barrón, A. (2003). Social psychology of mental health: the social structure and personality perspective. *The Spanish Journal of Psychology*, 6, 3-11;
- Shavelson, R. J., Hubner, J. J., & Stanton, G. C. (1976). Self-concept: validation of construct interpretations. *Review of educational Research*, 46 (3), 407-441;
- Schmitt, D. & Allik, J. (2005). Simultaneous administration of the Rosenberg Self-Esteem Scale in 53 nations: exploring the universal and culture-specific features of global self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 623-642;
- Swami, V., & Furnham, A. (2007). *The psychology of physical attraction*. London: Routledge;
- Tafarodi, R.W., & Swann, Jr., W.B. (2001). Two-dimensional self-esteem: Theory and measurement. *Personality and Individual Differences*, 31, 653-673.
- Tamayo, A.; Campos, A.; Matos, D.; Mendes, G.; Santos, J. & Carvalho, N. (2001). A influência da atividade física regular sobre o autoconceito, *Estudos de Psicologia*, 6 (2), 157-165;
- Trivers, R. L. (1972). Parental investment and sexual selection. In Campbell, B. (Ed.), *Sexual selection and the descent of man, 1871-1971*, 136–179 (pp confuses);
- Trzesniewski, K. H., Donnellan, M. B., & Robins, R. W. (2003). Stability of self-esteem across the life span. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 205–220;
- Vaz-Serra, A. (1986). O Inventário Clínico de Auto-Conceito. *Psiquiatria Clínica*, 7 (2) : 67-84;
- Vaz Serra, A. (1988). Atribuição e Auto-Conceito. *Psychologica*, 1: 127-141;
- Wells, L. E., & Marwell, G. (1976). *Self-esteem: Its conceptualization and measurement*. Beverly Hills, CA: Sage;

- Wiederman, M. W. (1993). Involved gender differences in mate preferences: evidence from personal advertisements. *Ethology and Sociobiology*, 14, 331-352;
- Wylie, R. (1974). *The self-concept: A review of methodological Considerations and Measuring Instruments*. Revised Edition. University of Nebraska Press;
- Wyllie, R. C. (1979). *The self-concept. Revised edition vol. 2. Theory and Research on Selected Topics*. London: University of Nebraska Press;
- Wilson, D. S. (2007). *Evolution for Everyone: How Darwin's Theory Can Change the Way We Think About Our Lives*. New York, NY: Delacorte Press;
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9, 1-27;
- Kirkpatrick, L.A., & Ellis, B.J. (2001). An evolutionary-psychological approach to self esteem: Multiple domains and multiple functions. In M. Clark & G. Fletcher (Eds.), *The Blackwell handbook in social psychology, Vol. 2: Interpersonal processes* (pp. 411-436). Oxford: Blackwell Publisher;
- Whyte, M. K. (1990) *Dating, Mating, and Marriage* (de Gruyter, New York);
- Voros, S., Gal, A. & Bernath, L. (1997) *Ethology* 103,681–699;
- Waynforth, D. & Dunbar, R. I. M. (1995) *Behaviour* 132, 755–779.

ANEXOS

ANEXO I – Protocolo de Investigação

(ICAC de A. Vaz Serra, 1985)

Todas as pessoas têm uma ideia de como são. A seguir estão expostos diversos atributos, capazes de descreverem como uma pessoa é. Leia cuidadosamente cada questão e responda de forma verdadeira, espontânea e rápida a cada uma delas. Ao dar a sua resposta considere, sobretudo, *a sua maneira de ser habitual* e não o seu estado de espírito de momento. Assinale com uma cruz (x) no quadrado respetivo □ aquela que pensa se lhe aplicar de forma mais característica.

	Não Concordo	Concordo pouco	Concordo moderadamente	Concordo muito	Concordo muitíssimo
1. Sei que sou uma pessoa simpática	☐	☐	☐	☐	☐
2. Costumo ser franco a exprimir as minhas opiniões	☐	☐	☐	☐	☐
3. Tenho por hábito desistir das minhas tarefas quando encontro dificuldades	☐	☐	☐	☐	☐
4. No contacto com os outros costumo ser um indivíduo falador	☐	☐	☐	☐	☐
5. Costumo ser rápido na execução das tarefas que tenho para realizar	☐	☐	☐	☐	☐
6. Considero-me tolerante para com as outras pessoas	☐	☐	☐	☐	☐
7. Sou capaz de assumir uma responsabilidade até ao fim, mesmo que isso me traga consequências desagradáveis	☐	☐	☐	☐	☐
8. De modo geral tenho por hábito enfrentar e resolver os meus problemas	☐	☐	☐	☐	☐

9. Sou uma pessoa usualmente bem aceite pelos outros	☐	☐	☐	☐	☐
10. Quando tenho uma ideia que me parece válida gosto de a pôr em prática	☐	☐	☐	☐	☐
11. Tenho por hábito ser persistente na resolução das minhas dificuldades	☐	☐	☐	☐	☐
12. Não sei porquê a maioria das pessoas embirra comigo	☐	☐	☐	☐	☐
13. Quando me interrogam sobre questões importantes conto sempre a verdade	☐	☐	☐	☐	☐
14. Considero-me competente naquilo que faço	☐	☐	☐	☐	☐
15. Sou uma pessoa que gosta muito de fazer o que lhe apetece	☐	☐	☐	☐	☐
16. A minha maneira de ser leva-me a sentir na vida com um razoável bem- estar	☐	☐	☐	☐	☐
17. Considero-me uma pessoa agradável no contacto com os outros	☐	☐	☐	☐	☐
18. Quando tenho um problema que me aflige não o consigo resolver sem o auxílio dos outros	☐	☐	☐	☐	☐
19. Gosto sempre de me sair bem nas coisas que faço	☐	☐	☐	☐	☐
20. Encontro sempre energia para vencer as minhas dificuldades	☐	☐	☐	☐	☐

(Escala de Autoestima de Rosenberg, 2001)

Leia cada frase com atenção e faça um círculo em torno da opção mais adequada

1. Eu sinto que sou uma pessoa de valor, no mínimo, tanto quanto as outras pessoas.

(1) Discordo Totalmente (2) Discordo (3) Concordo (4) Concordo Totalmente

2. Eu acho que tenho várias boas qualidades.

(1) Discordo Totalmente (2) Discordo (3) Concordo (4) Concordo Totalmente

3. Levando tudo em conta, eu penso que sou um fracasso.

(1) Discordo Totalmente (2) Discordo (3) Concordo (4) Concordo Totalmente

4. Eu acho que sou capaz de fazer as coisas tão bem quanto a maioria das pessoas.

(1) Discordo Totalmente (2) Discordo (3) Concordo (4) Concordo Totalmente

5. Eu acho que não tenho muito do que me orgulhar.

(1) Discordo Totalmente (2) Discordo (3) Concordo (4) Concordo Totalmente

6. Eu tenho uma atitude positiva com relação a mim mesmo.

(1) Discordo Totalmente (2) Discordo (3) Concordo (4) Concordo Totalmente

7. No conjunto, eu estou satisfeito comigo.

(1) Discordo Totalmente (2) Discordo (3) Concordo (4) Concordo Totalmente

8. Eu gostaria de poder ter mais respeito por mim mesmo.

(1) Discordo Totalmente (2) Discordo (3) Concordo (4) Concordo Totalmente

9. Às vezes eu me sinto inútil.

(1) Discordo Totalmente (2) Discordo (3) Concordo (4) Concordo Totalmente

10. Às vezes eu acho que não presto para nada.

(1) Discordo Totalmente (2) Discordo (3) Concordo (4) Concordo Totalmente

(Escala de atributos de um(a) parceiro (a) ideal de A. Gomes, 2010)

A seguir são apresentados atributos que descrevem as pessoas em maior ou menor medida. Por favor, gostaríamos que considerasse esses atributos e indicasse, na escala de resposta ao lado, o quanto é importante que a pessoa com quem pretende se casar ou ter uma vida em comum apresente cada um dele. Não existem respostas certas ou erradas, interessa-nos apenas conhecer sua opinião sincera. Não deixe de responder qualquer atributo.

1	2	3	4	5
Nada importante	Pouco importante	Mais ou menos importante	Bastante Importante	Totalmente Importante

01. Acolhedora	1	2	3	4	5
02. Alegre	1	2	3	4	5
03. Amiga	1	2	3	4	5
04. Apaixonada	1	2	3	4	5
05. Bem-humorada	1	2	3	4	5
06. Bem-sucedida	1	2	3	4	5
07. Boa de cama	1	2	3	4	5
08. Boa de cozinha	1	2	3	4	5
09. Bom carácter	1	2	3	4	5
10. Bonita	1	2	3	4	5
11. Calma	1	2	3	4	5
12. Carinhosa	1	2	3	4	5
13. Companheira	1	2	3	4	5
14. Amável	1	2	3	4	5
15. Responsável	1	2	3	4	5
16. Saudável	1	2	3	4	5
17. Sensual	1	2	3	4	5
18. De boa família	1	2	3	4	5
19. Respeitadora	1	2	3	4	5
20. Forte	1	2	3	4	5
21. Poderosa	1	2	3	4	5
22. Admirada	1	2	3	4	5
23. Vigorosa	1	2	3	4	5
24. Cúmplice	1	2	3	4	5
25. Gentil	1	2	3	4	5
26. Protetora	1	2	3	4	5
27. Discreta	1	2	3	4	5
28. Solidária	1	2	3	4	5
29. Sensível	1	2	3	4	5
30. Emocionalmente estável	1	2	3	4	5
31. Mesmo nível educacional	1	2	3	4	5
32. Virgem	1	2	3	4	5
33. Confiável	1	2	3	4	5
34. Status social favorável	1	2	3	4	5
35. Entusiasmante	1	2	3	4	5
36. De boas perspectivas financeiras	1	2	3	4	5
37. Com curso superior	1	2	3	4	5

38. Compreensiva	1	2	3	4	5
39. Culta	1	2	3	4	5
40. Decidida	1	2	3	4	5
41. Elegante	1	2	3	4	5
42. Esportista (Desportista)	1	2	3	4	5
43. Estudiosa	1	2	3	4	5
44. Extrovertida	1	2	3	4	5
45. Fiel	1	2	3	4	5
46. Inteligente	1	2	3	4	5
47. Livre	1	2	3	4	5
48. Paciente	1	2	3	4	5
49. Pontual	1	2	3	4	5
50. Religiosa	1	2	3	4	5
51. Sexy	1	2	3	4	5
52. Sincera	1	2	3	4	5
53. Rica	1	2	3	4	5
54. Trabalhadora	1	2	3	4	5
55. Possuir bens	1	2	3	4	5
56. Sarada (Atraente fisicamente)	1	2	3	4	5
57. Corajosa	1	2	3	4	5
58. Boa forma	1	2	3	4	5
59. Romântica	1	2	3	4	5
60. Sensível	1	2	3	4	5
61. Charmosa	1	2	3	4	5
62. Atenciosa	1	2	3	4	5
63. Tolerante	1	2	3	4	5
64. Determinada	1	2	3	4	5
65. Caseira	1	2	3	4	5
66. Ambiciosa	1	2	3	4	5
67. Desejo de constituir família	1	2	3	4	5
68. Mesma opção política	1	2	3	4	5
69. Mesma religião	1	2	3	4	5
70. Agradável	1	2	3	4	5
71. Educada	1	2	3	4	5
72. Criativa	1	2	3	4	5
73. De fácil convívio	1	2	3	4	5
74. Querer ter filho(s)	1	2	3	4	5

APÊNDICES

APÊNDICE I- Questionário sociodemográfico

1. **Idade**

2. **Género** ☐ Masculino ☐ Feminino

3. **Etnia** ☐ Caucasiana ☐ Africana ☐ Outro: _____

4. **Estado Civil** ☐ Solteiro ☐ Casado ☐ Separado/divorciado
☐ União de Facto

5. **Escolaridade** ☐ 12º ano (a frequentar licenciatura)
☐ Licenciatura
☐ Pós- graduação
☐ Mestrado
☐ Doutoramento

6. **Mantém, atualmente, algum relacionamento?** ☐ Sim ☐ Não

Se respondeu “sim”, há quanto tempo? _____

Se respondeu “não”, qual a duração do seu último relacionamento? _____

7. **Tem, habitualmente, relações de carácter passageiro*?** ☐ Sim ☐ Não

Se respondeu “Sim”, qual a frequência?

☐ Semanalmente
☐ Quinzenalmente
☐ Mensalmente
☐ Esporadicamente

*”One night stand”; “Flirt”; Encontro sexual; etc.

APÊNDICE II – Consentimento Informado

Caro(a) participante,

Queremos solicitar a sua colaboração para uma investigação que tem como objetivo estudar a auto-perceção pessoal e a escolha de parceiros em estudantes universitários. Desta forma, pedimos-lhe que leia atentamente todas as questões que lhe vão ser colocadas. Não existem respostas certas nem erradas. Responda apenas de forma a refletir as suas opiniões pessoais. O preenchimento do protocolo não ultrapassará os 15 minutos.

Os dados que nos vai facultar são confidenciais e anónimos, destinando-se a tratamento estatístico, pelo que pedimos que não escreva o seu nome neste questionário.

A sua participação nesta investigação é voluntária. Se, a qualquer momento do preenchimento deste questionário não quiser continuar, sinta-se à vontade para se retirar.

Agradecemos desde já a sua colaboração.

APÊNDICE III – Pressupostos: Autoconceito vs Subdimensão Sociável

Tabela I: Testes dos coeficientes variável dependente subdimensão Sociável

Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.	Estatísticas de colinearidade	
	B	Erro Padrão	Beta			Tolerância	VIF
1 (Constante)	2,429	,315		7,701	,000		
Autoconceito	,277	,082	,168	3,395	,001	1,000	1,000

a. Variável dependente: Sociável

APÊNDICE IV – Autoconceito vs Subdimensão Afetuoso

Tabela II: *Resumo do modelo variável dependente subdimensão Afetuoso*

Modelo	R	R quadrado	R quadrado ajustado	Erro padrão da estimativa	Durbin-Watson
1	,265 ^a	,070	,068	,49283	1,479

a. Preditores: (Constante), Autoconceito

b. Variável dependente: Afetuoso

Tabela III: *Teste de coeficiente da subdimensão Afetuoso*

Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.	Estatísticas de colinearidade	
	B	Erro Padrão	Beta			B	
1	(Constante)	3,279	,241	13,590	,000		
	Autoconceito	,342	,062	,265	5,475	,000	1,000 1,000

a. Variável dependente: Afetuoso

APÊNDICE V- Autoconceito vs Subdimensão Atlético

Tabela IV: *Resumo do modelo da variável dependente Atlético*

Modelo	R	R quadrado	R quadrado ajustado	Erro padrão da estimativa	Durbin-Watson
1	,101 ^a	,010	,008	,76789	2,061

a. Preditores: (Constante), Autoconceito

b. Variável dependente: Atlético

Tabela V: *Teste de coeficientes da variável dependente Atlético*

Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.	Estatísticas de colinearidade	
	B	Erro Padrão	Beta			B	
1	(Constante)	2,430	,376		6,465	,000	
	Autoconceito	,197	,097	,101	2,027	,043	1,000 1,000

a. Variável dependente: Atlético

APÊNDICE VI – Autoconceito vs Subdimensão Parceiro Ideal

Tabela VI: *Resumo do modelo da variável dependente Escolha de Parceiro*

Modelo	R	R quadrado	R quadrado ajustado	Erro padrão da estimativa	Durbin-Watson
1	,144 ^a	,021	,018	,54019	1,899

a. Preditores: (Constante), Autoconceito

b. Variável dependente: Escolha de Parceiro

Tabela VII: *Teste de coeficientes variável dependente Escolha de Parceiro*

Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.	Estatísticas de colinearidade	
	B	Erro Padrão	Beta			B	
1 (Constante)	2,651	,264		10,025	,000		
Autoconceito	,199	,068	,144	2,906	,004	1,000	1,000

a. Variável dependente: Escolha de Parceiro

APÊNDICE VII – Autoestima vs Subdimensão Sociável

Tabela VIII: *Resumo do modelo da variável dependente Sociável*

Modelo	R	R quadrado	R quadrado ajustado	Erro padrão da estimativa	Durbin-Watson
1	,113 ^a	,013	,010	,64941	1,860

a. Preditores: (Constante), Autoestima

b. Variável Dependente: Sociável

Tabela IX: *Teste de coeficientes da variável dependente Sociável*

Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados		t	Sig.	Estatísticas de colinearidade	
	B	Erro Padrão	Beta					B
1 (Constante)	3,824	,149			25,688	,000		
Autoestima	-,150	,066	-,113		-2,268	,024	1,000	1,000

a. Variável dependente: Sociável

APÊNDICE VIII – Autoestima vs Subdimensão Afetuoso

Tabela X: *Resumo do modelo da variável dependente Afetuoso*

Modelo	R	R quadrado	R quadrado ajustado	Erro padrão da estimativa	Durbin-Watson
1	,205 ^a	,042	,040	,50022	1,553

a. Preditores: (Constante), Autoestima

b. Variável dependente: Afetuoso

Tabela XI: *Teste de coeficientes da variável dependente Afetuoso*

Modelo		Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados		t	Sig.	Estatísticas de colinearidade	
		B	Erro Padrão	Beta				B	
1	(Constante)	5,060	,115			44,136	,000		
	Autoestima	-,213	,051	-,205		-4,178	,000	1,000	1,000

a. Variável dependente: Afetuoso

APÊNDICE IX – Autoestima vs Subdimensão Parceiro Ideal

Tabela XII: *Resumo do modelo da variável dependente Escolha do Parceiro*

Modelo	R	R quadrado	R quadrado ajustado	Erro padrão da estimativa	Durbin-Watson
1	,109 ^a	,012	,009	,54267	1,931

a. Preditores: (Constante), Autoestima

Tabela XIII: *Teste de coeficientes da variável dependente Escolha de Parceiro*

Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados		t	Sig.	Estatísticas de colinearidade	
	B	Erro Padrão	Beta				B	
1 (Constante)	3,680	,124			29,590	,000		
Autoestima	-,121	,055	-,109		-2,180	,030	1,000	1,000

a. Variável dependente: Escolha de Parceiro