

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

Caroline da Costa Duschitz

MUDANÇA DOS VALORES PESSOAIS AO LONGO DO CICLO  
DE VIDA DAS PESSOAS

Porto Alegre

2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

Caroline da Costa Duschitz

MUDANÇA DOS VALORES PESSOAIS AO LONGO DO CICLO  
DE VIDA DAS PESSOAS

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Administração.

**Orientador:** Prof. Dr. Walter Nique

Porto Alegre

2013

#### CIP - Catalogação na Publicação

Duschitz, Caroline  
MUDANÇA DOS VALORES PESSOAIS AO LONGO DO CICLO DE  
VIDA DAS PESSOAS / Caroline Duschitz. -- 2013.  
156 f.

Orientador: Walter Nique.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal do  
Rio Grande do Sul, Escola de Administração, Programa  
de Pós-Graduação em Administração, Porto Alegre, BR-RS,  
2013.

1. Valores pessoais. 2. Mudança de Valores. 3.  
Ciclo de Vida. 4. Estrutura de Valores. 5.  
Escalonamento Multidimensional. I. Nique, Walter,  
orient. II. Título.

**Caroline da Costa Duschitz**

**MUDANÇA DOS VALORES PESSOAIS AO LONGO DO CICLO  
DE VIDA DAS PESSOAS**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Conceito final:

Aprovado em 14 de agosto de 2013.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Carlos Alberto Vargas Rossi – EA/UFRGS

---

Prof. Dr. Luiz Antônio Slongo – EA/UFRGS

---

Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca – UNISINOS

---

Orientador Prof. Dr. Walter Nique – EA/UFRGS

## AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer, primeiramente, aos meus pais Norberto e Marlene, que sempre foram incansáveis na dedicação de esforços para que os filhos pudessem estudar. Eles sempre disseram que o estudo era a melhor herança que poderiam nos deixar. E de fato é: somos três filhos e os três formados pela UFRGS – universidade pública, gratuita e de qualidade. Estamos os três em boas posições para realizar os nossos sonhos individuais. Meus pais sempre apoiaram todos meus sonhos e maluquices. Diria que eles foram os primeiros a visualizarem que eu poderia ser professora, quando me incentivavam a brincar da minha brincadeira preferida: ser a Professora Helena do Carrossel. Quem diria que eu chegaria aqui um dia! Meu irmão bem lembrou no discurso de formatura dele que nossos pais ficaram anos com uma Brasília marrom, já consumida pelo tempo, sem poder trocá-la, mas nós estudávamos no melhor que eles podiam nos dar – um colégio particular que foi a base da nossa sólida educação. Além disso, livros sempre abundaram lá em casa. Nossa biblioteca sempre esteve cheia de livros, de incentivos a leituras e viagens. E, se tínhamos que estudar, o silêncio tomava conta para que tivéssemos concentração. Pai, mãe, valeu o esforço! Muito obrigada por tudo!

Com o mesmo carinho, admiração e amor, agradeço esta conquista também ao Nique, para muito além do papel de orientador. Ensinou-me tantas coisas, escutou, ponderou, mudou, conquistou.

Agradeço ao Professor Carlos Alberto Vargas Rossi, pelos ensinamentos em sala de aula, pelas discussões tão ricas, por ensinar a buscar mais, por não deixar que nos satisfaçamos com pouco.

Sou grata ao Professor Luiz Antônio Slongo, que desde o primeiro dia do mestrado mostrou-se um exemplo de professor, unindo didática e conhecimento, e que acompanhou o meu amadurecimento acadêmico sempre como um incentivador.

A minha gratidão vai também para a minha turma querida que sempre foi tão cooperativa e cujo crescimento foi compartilhado: Alan, Carlos, Diogo, Leonardo, Marcela, Paulo, Rafael e Zeno.

À Maris e à Ana, também sou muitíssimo grata pelo carinho, amizade e incentivo.

Estendo ainda estes agradecimentos aos meus ex-alunos Carol, Jacques e Roberta, que, no fim desta caminhada, mais do que tudo, mostraram-se amigos tão queridos e preocupados.

Agradeço ainda a toda a atenção da equipe do PPGA, que sempre buscou resolver qualquer problema da melhor maneira possível. Além do PPGA, gostaria de agradecer de modo geral a toda a comunidade da EA, que me acolheu desde os tempos da graduação.

Agradeço também à equipe da biblioteca da EA, que é incansável na busca de artigos que faltam, nas orientações sobre normas e sobre a utilização dos portais de periódicos.

Agradeço à CAPES e ao CNPQ pelo incentivo à pesquisa.

### **A mudança é que me traz aqui!**

Seja o tema da dissertação, seja a mudança para a vida acadêmica, seja a mudança pessoal. Adoro aquele trecho da música do Raul Seixas: “Eu prefiro ser essa metamorfose ambulante do que ter aquela velha opinião formada sobre tudo”. E foi a inquietude de mudar que me fez investigar a mudança de valores e trouxe para os meus dias pessoas tão especiais, que mudaram a minha vida.

Muito obrigada!

Hoje me sinto professora!

*Não podemos entrar duas vezes no mesmo rio.  
Isso porque quando entro pela segunda vez no rio,  
tanto eu quanto ele já estamos mudados.*

**Heráclito de Éfeso**

## RESUMO

Esta pesquisa, com caráter conclusivo descritivo, buscou verificar se os valores pessoais mudam ao longo da vida, comparando-se dois diferentes momentos – em torno dos 25 anos e em torno dos 60 anos. Tendo como principal referencial teórico os trabalhos de Schwartz (1992; 2005b) e de Bardi *et al.* (2009), questionaram-se 106 pessoas que vivem, predominantemente, na região metropolitana de Porto Alegre, através de *survey* (PVQ-21) aplicada em entrevistas face a face, sobre os valores pessoais hoje e, com perguntas com abordagem histórico-longitudinal, resgataram-se os valores pessoais em torno dos 25 anos. O comparativo intragrupo foge das abordagens que contrastam valores pessoais entre gerações diferentes. Nesta amostra, observou-se a constância dos valores “Hedonismo” e “Conformidade” – diferentemente da teoria que previa que o primeiro teria menor importância com o avançar da vida e que o segundo tornar-se-ia mais importante; portanto, observa-se a busca pelo prazer como constante na vida das pessoas e que, ao longo da vida, as pessoas permanecem respeitando as diferenças de *status* e as expectativas sociais. Replicando-se achados de outros autores, verificou-se também a grande similaridade e mistura entre os valores “Realização” e “Poder”. Além disso, os valores de “Autotranscendência” e “Abertura à Mudança” estiveram muito próximos nos dois períodos contrastados – o que pode indicar que fazer o bem para os outros pode dar prazer e ser estimulante. Por fim, constatou-se que o nível de escolaridade é uma circunstância que impacta em muitas mudanças de valores e que a mudança do valor “Segurança” foi a mais correlacionada a eventos da vida.

**Palavras-chave:** Valores pessoais; Mudança de Valores; Ciclo de Vida; Estrutura de Valores; Escalonamento Multidimensional

## ABSTRACT

This conclusive descriptive research aimed to verify whether the personal values change throughout life, comparing two different times - around 25 years and about 60 years. With the main theoretical work of Schwartz (1992, 2005b) and Bardi *et al.* (2009), 106 people that mostly live in Metropolitan Region of Porto Alegre were questioned, through survey (PVQ-21) applied in face to face interviews, about their personal values today and, with questions with longitudinal-historical approach, were rescued personal values when interviewed were around 25 years. The intra-group comparison differs from approaches that contrast personal values between different generations. In this sample, we observed the constancy of values "Hedonism" and "Conformity" – unlike the theory have predicted that the first would reduce importance with advancing life and the second would become more important; hence, the pursuit of pleasure was understood as a constant in people's lives and that throughout life, people remain respecting the differences of status and social expectations. Replicating the findings of other authors, it was also find the great similarity and mixing between the "Achievement" and "Power". Moreover, the values of "Self-Transcendence" and "Openness to Change" were very close in the two contrasted periods - which may indicate that doing good for others can be stimulating and pleasuring. Finally, it was found that the level of education is a condition that impacts many changes in values and change the value "Security" was the most correlated with life events.

**Key Words:** Personal Values; Value Change; Life Cycle; Values Structure; Multidimensional Scaling

## ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Estrutura de Valores Motivacionais de Schwartz .....	21
Figura 2 - Distribuição da população brasileira por faixa etária e gênero.....	26
Figura 3 - Abordagem da Idade Cognitiva .....	29
Figura 4 - Curva Hipotética Representando a Associação entre Prioridades de Valores e Idade .....	34
Figura 5 - Modelo de Mudança de Valores .....	40
Figura 6 - Exemplo do Desenho Experimental do SVBWS.....	54
Figura 7 - Gênero dos Respondentes .....	67
Figura 8 - Estado Civil dos Respondentes.....	67
Figura 9 - Escolaridade dos Respondentes .....	69
Figura 10 - Princípio Religioso Mais Marcante na Vida dos Respondentes .....	69
Figura 11 - Cultura Que Mais Influenciou a Personalidade .....	70
Figura 12 - Médias do Valor "Autodeterminação" .....	75
Figura 13 - Médias do Valor "Estimulação" .....	77
Figura 14 - Médias do Valor "Hedonismo" .....	79
Figura 15 - Médias do Valor "Realização" .....	80
Figura 16 - Médias do Valor "Poder" .....	82
Figura 17 - Médias do Valor "Segurança" .....	83
Figura 18 - Médias do Valor "Conformidade" .....	85
Figura 19 - Médias do Valor "Tradição" .....	86
Figura 20 - Médias do Valor "Benevolência" .....	88
Figura 21 - Médias do Valor "Universalismo" .....	89
Figura 22 - Mapa Bidimensional dos Valores Pessoais aos 25 Anos.....	94
Figura 23 - Diagrama de Dispersão de Ajuste Linear EMD 25 Anos.....	95
Figura 24 - Regiões dos Valores Pessoais aos 25 Anos e Comparativo com a Estrutura de Schwartz (1992).....	96
Figura 25 - Mapa Bidimensional dos Valores Pessoais aos 60 Anos.....	100
Figura 26 - Diagrama de Dispersão de Ajuste Linear EMD 60 Anos.....	100
Figura 27 - Comparativo dos Mapas Bidimensionais dos Valores Pessoais aos 25 e aos 60 Anos.....	101
Figura 28 - Movimentos dos Valores Pessoais dos 25 para os 60 Anos .....	102

Quadro 1 - Escala de Valores de Rokeach .....	19
Quadro 2 - Tipos de Valores Motivacionais de Schwartz .....	22
Quadro 3 - Ênfase Motivacional Compartilhada entre os Valores Adjacentes na Estrutura de Schwartz .....	23
Quadro 4 - Tipos de Valores Individualistas x Coletivistas .....	24
Quadro 5 - Dimensões Bipolares dos Tipos Motivacionais .....	24
Quadro 6 - Fases da Vida e Possíveis Mudanças de Valores .....	36
Quadro 7 - Facilitadores do Processo de Mudança de Valores .....	42
Quadro 8 - Resumo de Trabalhos sobre Mudança de Valores .....	43
Quadro 9 - Perfis do Instrumento VALS .....	50
Quadro 10 - Escala PVQ 21 .....	53
Quadro 11 - Classificação do EMD quanto ao Nível de STRESS .....	64
Quadro 12 - Resumo das Observações de Mudança dos Valores Pessoais ao Longo da Vida	91
Quadro 13 - Resumo do Impacto dos Eventos/Circunstâncias na Mudança dos Valores Pessoais.....	117
Quadro 14 - Objetivos Específicos x Técnica de Análise x Resultados.....	118
Tabela 1 - Descrição da Idade dos Respondentes.....	66
Tabela 2 - Hierarquia dos Valores Pessoais aos 25 Anos e aos 60 Anos .....	73
Tabela 3 - Análise de Variância ANOVA para Autodeterminação.....	76
Tabela 4 - Análise de Variância ANOVA para Estimulação .....	78
Tabela 5 - Análise de Variância ANOVA para Hedonismo.....	79
Tabela 6 - Análise de Variância ANOVA para Realização.....	81
Tabela 7 - Análise de Variância ANOVA para Poder.....	82
Tabela 8 - Análise de Variância ANOVA para Segurança .....	84
Tabela 9 - Análise de Variância ANOVA para Conformidade .....	85
Tabela 10 - Análise de Variância ANOVA para Tradição .....	87
Tabela 11 - Análise de Variância ANOVA para Benevolência .....	88
Tabela 12 - Análise de Variância ANOVA para Universalismo.....	90
Tabela 13 - Distâncias Reais dos Valores no EMD 25 anos .....	92
Tabela 14 - Número de Iterações no EMD 25 anos .....	93
Tabela 15 - Distâncias Ótimas dos Valores no EMD 25 anos .....	93
Tabela 16 - Coordenadas dos Valores Pessoais no EMD 25 Anos .....	94

Tabela 17 - Distâncias Reais dos Valores no EMD 60 anos .....	98
Tabela 18 - Número de Iterações no EMD 60 anos .....	98
Tabela 19 - Distâncias Ótimas dos Valores no EMD 60 anos .....	99
Tabela 20 - Coordenadas dos Valores Pessoais no EMD 60 Anos .....	99
Tabela 21 - Mudança de Valores x Gênero .....	103
Tabela 22 - Mudança de Valores x Estado Civil .....	104
Tabela 23 - Mudança de Valores x Naturalidade .....	105
Tabela 24 - Mudança de Valores x Tipo de Profissão.....	106
Tabela 25 - Mudança de Valores x Nível de Escolaridade.....	107
Tabela 26 - Mudança de Valores x Princípio Religioso.....	108
Tabela 27 - Mudança de Valores x Cultura.....	109
Tabela 28 - Mudança de Valores x Quantidade de Filhos.....	110
Tabela 29 - Mudança de Valores x Quantidade de Netos .....	111
Tabela 30 - Mudança de Valores x Perda de um dos Pais.....	112
Tabela 31 - Mudança de Valores x Idade do Primeiro Emprego .....	113
Tabela 32 - Mudança de Valores x Idade em que se Iniciou a Profissão mais Exercida ao Longo da Vida .....	114
Tabela 33 - Mudança de Valores x Quantidade de Mudanças de Emprego.....	115
Tabela 34 - Mudança de Valores x Ter ou Não Doença Grave.....	116

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	13
<b>2 OBJETIVOS</b> .....	17
2.1 OBJETIVO GERAL .....	17
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	17
<b>3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	18
3.1 VALORES PESSOAIS .....	18
3.2 CICLO DA VIDA .....	25
3.3 MUDANÇA NOS VALORES PESSOAIS .....	30
3.4 RELAÇÃO ENTRE VALORES E COMPORTAMENTO .....	44
3.5 INSTRUMENTOS PARA MENSURAÇÃO DE VALORES .....	48
<b>4 MÉTODO</b> .....	56
4.1 CONSTRUÇÃO DO INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS .....	56
4.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS PARA A COLETA DE DADOS .....	60
4.3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS PARA A ANÁLISE DOS DADOS .....	61
<b>5 ANÁLISE DE DADOS</b> .....	66
5.1 PERFIL DESCRITIVO DA AMOSTRA .....	66
<b>5.1.1 Normalidade da Amostra</b> .....	71
<b>5.1.2 Confiabilidade dos Dados</b> .....	72
5.2 HIERARQUIA DOS VALORES PESSOAIS NOS DIFERENTES PERÍODOS DO CICLO DE VIDA .....	72
5.3 COMPARAÇÃO ENTRE AS MÉDIAS DE IMPORTÂNCIA DOS VALORES NOS DIFERENTES PERÍODOS DO CICLO DE VIDA .....	74
<b>5.3.1 Autodeterminação</b> .....	75
<b>5.3.2 Estimulação</b> .....	77
<b>5.3.3 Hedonismo</b> .....	78
<b>5.3.4 Realização</b> .....	80
<b>5.3.5 Poder</b> .....	81
<b>5.3.6 Segurança</b> .....	83
<b>5.3.7 Conformidade</b> .....	84
<b>5.3.8 Tradição</b> .....	86
<b>5.3.9 Benevolência</b> .....	87

<b>5.3.10 Universalismo</b> .....	89
5.4 MAPA PERCEPTIVO DAS PROXIMIDADES DOS VALORES PESSOAIS NOS DIFERENTES PERÍODOS DO CICLO DE VIDA .....	91
<b>5.4.1 Mapa Perceptivo dos Valores aos 25 Anos</b> .....	92
<b>5.4.2 Mapa Perceptivo dos Valores aos 60 Anos</b> .....	97
5.5 ASSOCIAÇÃO ENTRE EVENTOS E CIRCUNSTÂNCIAS DA VIDA E MUDANÇA DE VALORES.....	102
<b>6 CONCLUSÕES</b> .....	118
6.1 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....	119
6.2 IMPLICAÇÕES DA PESQUISA .....	132
6.3 LIMITAÇÕES E SUGESTÕES DE PESQUISAS FUTURAS .....	134
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	135
<b>ANEXO 1 – QUESTIONÁRIO APLICADO</b> .....	140
<b>ANEXO 2 – CIDADES EM QUE NASCERAM OS RESPONDENTES</b> .....	150
<b>ANEXO 3 – TESTE DE NORMALIDADE KOLMOGOROV-SMIRNOV PARA A ESCALA DE VALORES PESSOAIS</b> .....	152
<b>ANEXO 4 – INSTRUMENTO PARA MENSURAÇÃO DO IMPACTO DOS EVENTOS DA VIDA – ESCALA DE HOLMES E RAHE (1967)</b> .....	153

## 1 INTRODUÇÃO

Aproximadamente 500 anos antes de Cristo, o filósofo Heráclito de Éfeso afirmou que o mesmo homem não entra duas vezes no mesmo rio, porque não é nem o mesmo homem, nem o mesmo rio, em função das mudanças. Dois mil anos depois desta afirmação, Galileu Galilei afirmou “*Eppur si muove*”, o que significa “no entanto, ela se move”, referindo-se à Terra. Estas duas frases clássicas da história da humanidade, ainda hoje verdadeiras, trazem à tona a questão do movimento, da mudança que sempre esteve presente. Tudo muda, se movimenta, modifica, avança, evolui. E o homem?

Muito se tem estudado sobre “valores pessoais” (LEGLER, 2002; FLORIANI; NIQUE, 2003; AÑAÑA, NIQUE, 2009; HENRIQUE, 2009; OLIVEIRA; SILVA; VILAS BOAS, 2011; PINTO *et al.*, 2011) e sua constância na explicação do comportamento. Mas serão eles imutáveis?

Os valores fornecem explicações poderosas sobre o comportamento humano ao servirem de padrão ou critério de conduta, governando, inclusive, o julgamento moral e a comparação com outras pessoas (ROKEACH, 1981), ao servirem como variáveis explicativas do comportamento (KAMAKURA, MAZZON, 1991), ao serem traduzidos em situações específicas de escolha e associados a atributos de um produto específico (GUTMAN, 1982). Consumidores compram produtos e serviços por acreditarem que estes produtos podem ajudar a atingir determinado objetivo relacionado a um valor (SOLOMON, 2007). Os valores são aquilo que uma pessoa pensa ser importante para a sua vida, representam suas preferências (SHETH, MITTAL, NEWMAN, 2001). Os valores expressam as metas que motivam as pessoas e as maneiras apropriadas de atingir essas metas (ENGEL, BLACKWELL, MINIARD, 2000).

Nota-se, assim, a ampla aplicação do estudo de valores. Por exemplo, com base na prioridade de valores de determinado segmento, os profissionais poderão desenvolver adequadamente produtos e serviços que levarão à satisfação das necessidades exaltadas pelos valores mais importantes para esse grupo e, também, poderão conceber e direcionar adequadamente suas campanhas. Valores são particularmente importantes no estágio de reconhecimento da necessidade do consumidor e reconhecimento dos critérios de avaliação que serão utilizados pelo público-alvo na tomada de decisão, na escolha de dada marca ou produto (ENGEL, BLACKWELL, MINIARD, 2000).

Como os valores explicam o comportamento do consumidor (pelo menos de um modo geral), pode-se, então, dizer que, virtualmente, toda pesquisa sobre consumidores está, em última instância, relacionada à identificação e mensuração dos valores (SOLOMON, 2007).

A teoria mundialmente utilizada apresenta dez valores pessoais com diferentes motivações, isto é, cada um almeja diferentes metas pessoais (SCHWARTZ, 1992): “Universalismo”, “Benevolência”, “Conformidade”, “Tradição”, “Segurança”, “Poder”, “Realização”, “Hedonismo”, “Estimulação” e “Autodeterminação”. Estes valores compartilham motivações mais amplas, formando quatro polaridades: “Autotranscendência” (formada pelos valores “Universalismo” e “Benevolência”); “Conservação” (reunindo os valores “Conformidade”, “Tradição” e “Segurança”); “Autopromoção” (constituída pelos valores “Poder”, “Realização” e “Hedonismo”) e “Abertura à Mudança” (composta pelos valores “Hedonismo” – que compartilha duas polaridades, “Estimulação” e “Autodeterminação”).

Os valores são compartilhados em função das forças individuais, sociais e culturais (ROKEACH, 1981) e, por isso, pela grandeza das forças influenciadoras, são vistos como estáveis, com caráter duradouro. Nesse sentido, encaixa-se o conceito largamente utilizado de valores como sendo crenças duradouras a respeito de modos específicos de conduta ou de estados finais da existência, preferíveis por dada pessoa dentro de dada sociedade (ROKEACH, 1981).

Contudo, ressalta-se que pessoas em diferentes etapas da vida comportam-se diferentemente, experimentam necessidades e preferências diversas (SOLOMON, 2007) e o processo de envelhecimento acaba repercutindo no comportamento do consumidor (GUIOT, 2006).

Há uma convergência para o entendimento de que a idade em torno dos 60 anos é o marco inicial da velhice. No Brasil, hoje existem mais de 20 milhões de pessoas, que representam 11% da população com essa idade ou mais (IBGE, 2010) – fatia esta que espera ter seus comportamentos estudados, descritos.

Porém, as etapas da vida não estão exclusivamente atreladas à idade cronológica, o processo de envelhecimento ainda pode ser medido de diferentes maneiras: vinculado à atividade profissional em exercício ou aposentadoria (GUIOT, 2006); etapas do ciclo de vida familiar (SHETH; MITTAL; NEWMAN, 2001; SILVEIRA; WAGNER, 2006); visão holística, que inclui idade cronológica, aposentadoria e idade subjetiva (BARAK; SCHIFFMAN, 1981; GUIOT, 2006); idade cognitiva, que, ao ser racionalizada, impacta mais ainda no comportamento, as pessoas agem conforme a idade que acreditam ter, uma idade

não-cronológica (BARAK, SCHIFFMAN, 1981); idade biológica das células do corpo (HAYFLICK, 1996); idade decorrente das expectativas dos papéis sociais – *eldering* (SCHROOTS; BIRREN, 1990) e abordagem contextual, que investiga parâmetros socioculturais e históricos (KOGAN, 1990). Logo, depreende-se a complexidade de rotular a história de vida a alguma abordagem específica. Quanto mais holística for a compreensão das etapas da vida, mais adequada será a compreensão da vida, sua evolução e mudanças.

Esses diferentes comportamentos durante o ciclo de vida podem sugerir a existência de mudanças na hierarquia de valores. Algumas circunstâncias levam os indivíduos a expressarem alguns valores mais facilmente do que outros (SCHWARTZ, 2005b). Como as pessoas não pensam com profundidade em relação a seus valores, não dedicam muita atenção a eles e, normalmente, acabam por não desafiá-los, tomando, por padrão, que os valores são estáveis (BARDI, GOODWIN, 2011). O foco em valores estáveis é importante, pois esta é uma variável que permite a comparação e possibilita a predição de comportamentos (BARDI *et al.*, 2009), mas faz-se necessário entender também como e quando esses valores podem mudar.

No estudo de Schwartz de 1992, encontra-se um indicativo da importância do estudo da mudança de valores conforme a idade, conforme a fase do ciclo de vida da pessoa: por exemplo, se, em uma amostra, a importância dos valores de tradição decresce com a idade e os demais valores permanecem conforme o previsto, isto pode indicar um efeito de coorte geracional (ex.: o retorno da religião entre os jovens). Añaña e Nique (2009) também sugerem como oportunidade de pesquisa a influência da idade nos valores.

A mudança de valores está vinculada a um aumento ou a uma redução da importância de determinado valor ou pode também estar associada a vínculos/relações diferentes entre os tipos de valores, isto é, valores podem tornar-se mais próximos em função de afinidades e mais distantes em função de dessemelhanças.

Apesar da relevância, não são muitos trabalhos que abordam esse tema e poucos valeram-se de amostras brasileiras para aprofundar os achados. Essas pesquisas ou apresentam a mudança de valores apenas em função de coortes geracionais, contrastando valores de pessoas diferentes em diferentes fases da vida (MOTTA; SCHEWE; ROSSI, 2000; EGRI, RALSTON, 2004; SCHWARTZ, 2005b; VERKASALO, GOODWIN, BEZMENOVA, 2006; AÑAÑA, NIQUE, 2009) ou focam apenas em estudantes (KRISHNAN, 2008) ou trabalham com a mudança de valores em experimentos laboratoriais com estudantes, com a manipulação de apenas um valor por vez, reduzindo a complexidade

da mudança no cotidiano (MAIO *et al.*, 2009) ou investigam a mudança de valores dentro de um pequeno intervalo de tempo (considerando períodos de no máximo dois anos entre uma avaliação e outra), que não seria suficiente para a observação de uma mudança real (BARDI, GOODWIN, 2011). Assim, não se consegue de fato verificar o caminho da mudança dos valores pessoais individuais nem sua relação mais ampla com os eventos e circunstâncias da vida.

Deste panorama, deriva-se a questão-problema deste trabalho:

**Os valores pessoais mudam ao longo da vida das pessoas? Caso exista essa mudança, ela está associada a que tipo de circunstâncias?**

Para responder a essa questão, tomou-se como inspiração o método empregado em um estudo existente (BARDI *et al.*, 2009), no qual se compararam períodos distintos da vida de um mesmo indivíduo, aplicando-se o mesmo instrumento de coleta de dados. O diferencial desta pesquisa foi justamente a averiguação de fases longínquas da vida, para que se pudessem avaliar reais mudanças de valores pessoais. Sem incorrer em pesquisas muito longas, optou-se por aplicar uma *survey* em pessoas entrando na senioridade, buscou-se a resposta de seus valores hoje e o resgate do que era importante há 30 anos atrás, quando estavam no início da fase adulta, através de uma aplicação transversal com abordagem histórico-longitudinal.

Esta dissertação está estruturada do seguinte modo: a seguir, são apresentados os objetivos da pesquisa, seguidos da revisão bibliográfica. No quarto capítulo, apresenta-se o método. Os resultados são discorridos no quinto capítulo. Por fim, realiza-se a interpretação/discussão dos resultados, indicam-se as implicações da pesquisa e levantam-se as limitações e sugestões de pesquisas futuras.

## **2 OBJETIVOS**

Para responder à questão de pesquisa supracitada, apresentam-se os seguintes objetivos geral e específicos.

### **2.1 OBJETIVO GERAL**

Verificar se e como os valores pessoais mudam ao longo da vida dos indivíduos.

### **2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- a) Analisar a hierarquia dos valores pessoais nos diferentes momentos da vida;
- b) Avaliar a existência de diferenças na importância dos valores pessoais nas diferentes etapas da vida dos indivíduos;
- c) Comparar as proximidades/relacionamentos dos valores pessoais entre os diferentes momentos da vida;
- d) Examinar a associação entre eventos/circunstâncias da vida e mudança de valores.

### 3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo, são discutidos os conceitos e teorias que serão utilizados neste projeto. Serão apresentados os seguintes tópicos de suporte teórico: Valores Pessoais, Ciclo de Vida, Mudança de Valores, Relação entre Valores e Comportamento e Instrumentos para Medição de Valores.

#### 3.1 VALORES PESSOAIS

Hoje, fala-se muito em valores, em raízes sólidas das pessoas, das famílias, da sociedade. Mas o que são valores pessoais? Para responder a esta questão, elaborou-se um apanhado histórico sobre o tema, retomam-se conceitos e achados desde a década de 1970.

Maslow (1970) já afirmava que as pessoas agem para satisfazer suas necessidades e, ao responder a elas, buscam atingir determinados estados psicológicos que lhes tragam vivências emotivas. Essas necessidades são representadas como objetivos, motivações ou valores (SCHWARTZ, BILSKY, 1987) e a avaliação positiva ou negativa da satisfação da necessidade (vivência emotiva) está atrelada à coerência delas com os valores de cada indivíduo. Na teoria psicológica, os valores estão intimamente ligados às necessidades (WILKIE, 1994).

Rokeach (1981) teve a preocupação de expandir o estudo de valores para além Psicologia e da Sociologia, entendendo que este é um conceito central para muitas disciplinas, como Filosofia, Educação, Ciência Política, Economia, Antropologia e outros.

Os valores são ideias abstratas, objetivos e concepção sobre o que é desejável (HOMER; KAHLE, 1988). De acordo com Rokeach (1981), valores são crenças de que um determinado modo de conduta ou estado final de existência é pessoal e socialmente preferível a comportamentos alternativos, têm caráter mais transcendental, não estão meramente relacionados a objetos específicos ou situações determinadas. “Um valor (...) é um padrão ou uma medida para guiar as ações, atitudes, comparações, avaliações e justificativas do eu e dos outros” (ROKEACH, 1981, p. 132). Os valores podem influenciar comportamentos

consciente ou inconscientemente, podendo ser inferidos a partir do que a pessoa diz ou faz (ROKEACH, 1981).

Para Rokeach (1981), os modos ideais de conduta são os instrumentos (valores instrumentais) para o alcance dos estados finais da existência (que são os valores terminais). O autor identificou 18 valores instrumentais e 18 valores terminais, contabilizando o total de 36, que pode ser verificado no Quadro 1.

**Quadro 1 - Escala de Valores de Rokeach**

<b>Valores Terminais</b>	<b>Valores Instrumentais</b>
Uma vida próspera	Ambicioso (trabalha duro, tem inspirações)
Uma vida excitante (estimulante, ativa)	Mente aberta (cabeça aberta)
Um mundo de paz (livre de guerras e conflitos)	Capaz (competente, eficaz)
Igualdade (fraternidade, oportunidades iguais para todos)	Alegre (animado, contente)
Liberdade (independência e livre escolha)	Limpo (arrumado, organizado)
Felicidade (contentamento)	Corajoso (defendendo suas crenças)
Segurança nacional (proteção contra ataques)	Generoso (disposto a perdoar os outros)
Prazer (uma vida agradável)	Solícito (trabalha para o bem-estar dos outros)
Salvação (vida eterna)	Honesto (sincero, confiável)
Reconhecimento social (respeito e admiração)	Imaginativo (ousado, criativo)
Amizade verdadeira (companheirismo)	Independente (autossuficiente)
Sabedoria (entendimento maduro da vida)	Intelectual (inteligente, reflexivo)
Um mundo belo (beleza da natureza e das artes)	Lógico (consistente, racional)
Segurança familiar (cuidar dos entes amados)	Amoroso (afetuoso, terno)
Amor maduro (intimidade sexual e espiritual)	Obediente (ciente dos deveres, respeitoso)
Respeito próprio (autoestima)	Polido (cortês, com boas maneiras)
Senso de realização (contribuição duradoura)	Responsável (confiável)
Harmonia interna (liberdade de conflitos internos)	Autocontrole (contido, disciplinado)

Fonte: Rokeach (1981)

Para Homer e Kahle (1988), os valores são um tipo de cognição social cuja função é facilitar a adaptação das pessoas a um ambiente. Face a uma dada situação, a influência deveria, teoricamente, fluir dos valores abstratos para atitudes para, então, expressar-se na forma de comportamento.

Schwartz e Bilsky (1987) entendem valores como sendo representações cognitivas de três tipos de necessidades humanas universais: necessidades biológicas, necessidades de interação social para a coordenação interpessoal e necessidades sócio-institucionais para o bem-estar e sobrevivência do grupo. Valores são (a) crenças intimamente ligadas à emoção e não ideias objetivas e frias, (b) sobre estados de existência ou comportamentos desejáveis, referindo-se a objetivos desejáveis que as pessoas se esforçam/motivam para obter, (c) que transcendem situações específicas, são objetivos abstratos, trans-situacionais, (d) que guiam a seleção ou avaliação de comportamentos, pessoas ou eventos e (e) são ordenados por sua

importância (SCHWARTZ, BILSKY, 1987; SCHWARTZ, 2005a). Os valores são critérios de escolha, mais do que qualidades inerentes a objetos (SCHWARTZ, 1992).

Esses três tipos de necessidades elencadas por Schwartz e Bilsky (1987) agrupam as necessidades básicas trabalhadas por Maslow (1970). A hierarquia das necessidades de Maslow (1970) indica que o indivíduo possui diversas necessidades que não têm a mesma importância e que podem, então, ser hierarquizadas. Ele procura satisfazer, primeiramente, a necessidade que lhe parece ser mais importante, partindo das motivações fisiológicas (fome, sede, sexo, repouso), passando pelas de segurança (estabilidade, proteção, necessidade de ordem), de pertencimento (amor, afeto, pertença social), de estima (autorrespeito, autoestima, estima dos outros, prestígio, status, fama, reputação), chegando à de autorrealização (autoconhecimento, autodesenvolvimento). Para passar de um nível de necessidade a outro mais alto, é necessário que o nível mais básico esteja satisfeito, que a necessidade cesse de existir (por algum tempo), para que, assim, a outra necessidade possa emergir e a pessoa possa procurar satisfazer necessidades mais supérfluas. A necessidade é entendida com uma motivação para o comportamento (MASLOW, 1970).

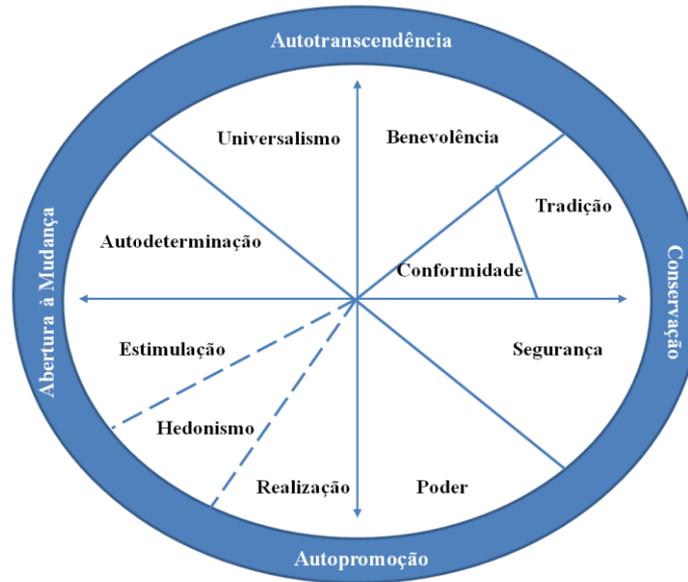
Ao ser ativada uma necessidade, surge um estado de tensão que conduz o consumidor a tentar reduzir ou eliminar essa necessidade. Esse estado de tensão, ou motivação, pode ter uma origem utilitária (para atingir benefícios funcionais ou práticos) ou hedônica (que envolve respostas emocionais). E o modo ou objetivo como essa necessidade deve ser satisfeita é o estado final desejado, o valor (KARSAKLIAN, 2004).

Schwartz (1992) trabalha com essa perspectiva motivacional, entendendo que os valores possuem conteúdos motivacionais diferentes, isto é, objetivos distintos devem alcançados por valores distintos. É a motivação, o tipo de objetivo que distingue os tipos de valores; segundo Schwartz (1992, 1994), não seria adequada a distinção de Rokeach (1981), entre valores instrumentais (modos de comportamento para alcançar o objetivo final) e terminais (objetivos finais). A motivação seria o princípio, a base mais forte para a organização das preferências de valores das pessoas (SCHWARTZ, 2005a).

Rokeach (1981) comenta que muitos estudiosos observaram que os valores estão organizados em estruturas hierárquicas, formando um sistema. Esse sistema considera uma ordenação/*ranking* de valores ao longo de um *continuum* de importância. Evoluindo nesse sentido, Schwartz (1992), revisando seu trabalho anterior baseado em Rokeach (SCHWARTZ, BILSKY, 1987) e buscando cobrir todas as necessidades humanas, propôs uma estrutura universal de dez tipos ou grupos motivacionais de valores pessoais (Figura 1),

os quais seriam as dez motivações mais representativas dos indivíduos. Estes tipos motivacionais são compostos por diversos itens (valores *per se*), conforme apresentado no Quadro 2 (os valores elencados estão de acordo com SCHWARTZ, 2005a).

**Figura 1 - Estrutura de Valores Motivacionais de Schwartz**



Fonte: Adaptado de Schwartz (1992)

**Quadro 2 - Tipos de Valores Motivacionais de Schwartz**

<b>Grupo Motivacional</b>	<b>Objetivo/Motivação</b>	<b>Valores que compõem o grupo</b>
<b>Autodeterminação (ou autodireção)</b>	Independência de pensamento, ação e escolha	Criatividade, curioso, liberdade, que escolhe as próprias metas, independente, autorrespeito, privacidade
<b>Estimulação</b>	Satisfazer a necessidade orgânica de variedade, excitação/agitação, desafio, para manter um nível ótimo de ativação	Uma vida variada, uma vida excitante, audacioso
<b>Hedonismo</b>	Prazer e a gratificação sensual	Que goza a vida, prazer, autoindulgência
<b>Realização</b>	Sucesso pessoal, a partir da demonstração de competência, de acordo com padrões sociais	Bem-sucedido, capaz, ambicioso, influente, inteligente
<b>Poder</b>	Diferenciação de status social, prestígio e controle sobre pessoas e recursos	Poder social, autoridade, riqueza, preservador da minha imagem pública, reconhecimento social
<b>Segurança</b>	Harmonia e estabilidade da sociedade, dos relacionamentos e pessoal.	Limpo, segurança nacional, ordem social, segurança familiar, reciprocidade de favores, senso de pertencer, saudável
<b>Conformidade</b>	Limitação de ações e impulsos prováveis de perturbar ou prejudicar expectativas ou normas sociais	Respeitoso para com pais e idosos, obediente, polidez, autodisciplina
<b>Tradição</b>	Respeito, compromisso e aceitação dos costumes e ideias que uma cultura ou religião impõe para o indivíduo.	Devoto, ciente dos meus limites, humilde, respeito pela tradição, moderado
<b>Benevolência</b>	Preservação e fortalecimento do bem-estar de pessoas próximas, que fazem parte da interação diária	Prestativo, honesto, compaixão, leal, responsável, uma vida espiritual, amizade verdadeira, amor maduro, sentido da vida
<b>Universalismo</b>	Bem-estar de todas as pessoas e da natureza. Contrasta com os valores intragrupo da benevolência.	Sabedoria, um mundo em paz, harmonia interna

Fonte: Elaborado a partir de Schwartz (1992; 2005a)

Essa estrutura de valores motivacionais proposta por Schwartz (1992) é circular e deriva dos conflitos pessoais que os indivíduos experimentam quando agem de acordo com seus valores, mostra a coerência interpretativa entre valores opostos e compatíveis (SCHWARTZ, 2005b). A forma circular origina-se do tipo de técnica analítica multidimensional utilizada por Schwartz (análise do menor espaço – AME – ou, em inglês, *smallest space analysis* – SSA); esta técnica representa os valores como pontos em um espaço multidimensional, tal que a distância entre os pontos reflete as relações empíricas entre os valores, medidas pelas correlações entre suas importâncias (SCHWARTZ, 1992).

A estrutura reflete as orientações/motivações compatíveis (tipos de valores adjacentes no círculo) e incompatíveis (tipos de valores mais distantes, opostos em torno do círculo), formando um sistema integrado (SCHWARTZ, 1992). Ao avaliarem seus valores, as pessoas indicam as prioridades, os valores pelos quais mais se atraem, consideram mais relevantes, o que coloca os menos importantes em uma situação oposta, de menor valia hierárquica, mais distantes. “Essa estrutura deriva do fato de que ações na busca de qualquer valor têm

consequências que podem conflitar ou ser congruentes com a busca de outros valores” (SCHWARTZ, 2005a, p. 28), todo o conjunto de valores relaciona-se de forma integrada. A importância relativa dos valores para um indivíduo ou grupo é referida como prioridade de valores ou hierarquia de valores (SCHWARTZ, 1992). A estrutura de valores é um *continuum* motivacional, descrito pelas contradições dos valores; a hierarquia dos valores apresenta-se apenas na avaliação individual ou de grupos a respeito do que é mais desejável (SCHWARTZ, 2005a).

O Quadro 3 apresenta a ênfase motivacional compartilhada entre os tipos de valores adjacentes (SCHWARTZ, 1994). Quanto mais próximos dois tipos motivacionais estão em qualquer uma das direções ao redor do círculo, mais semelhantes são suas motivações subjacentes; quanto mais distantes, mais antagônicos (SCHWARTZ, 2005b).

**Quadro 3 - Ênfase Motivacional Compartilhada entre os Valores Adjacentes na Estrutura de Schwartz**

<b>Valores Adjacentes</b>	<b>Ênfase Motivacional Compartilhada</b>
Poder e Realização	Superioridade social e estima
Realização e Hedonismo	Satisfação autocentrada
Hedonismo e Estimulação	Desejo por excitação afetivamente agradável
Estimulação e Autodeterminação	Interesse intrínseco em novidade e domínio
Autodeterminação e Universalismo	Confiança no próprio julgamento e conforto com a diversidade da existência
Universalismo e Benevolência	Promoção dos outros e transcendência de interesses egoístas
Benevolência e Conformidade	Comportamento normativo que promove relacionamentos íntimos
Benevolência e Tradição	Devoção ao grupo primário
Conformidade e Tradição	Subordinação do indivíduo em favor de expectativas socialmente impostas. Na conformidade, há subordinação a pessoas do convívio frequente (pais, chefes, professores); na tradição, a subordinação é a objetos abstratos (costumes e ideias)
Tradição e Segurança	Preservação de arranjos sociais existentes que dão segurança à vida
Conformidade e Segurança	Proteção da ordem e da harmonia nas relações
Segurança e Poder	Prevenção ou superação de ameaças de incertezas, controlando relacionamentos e recursos

Fonte: Elaborado a partir de Schwartz (1994)

Quando testados em uma amostra, os tipos motivacionais de Schwartz podem trazer valores/itens que não se apresentam distribuídos exatamente como na teoria, nas regiões específicas de cada tipo, isto é, podem trazer valores aglomerados próximos às linhas de separação, indicando justamente que esses valores adjacentes expressam os objetivos motivacionais comuns às duas regiões; as fronteiras são estipuladas pela teoria, mas, em

função de ser um *continuum* motivacional, os itens de duas regiões adjacentes compartilham um pouco de cada significado motivacional (SCHWARTZ, 2005a).

Observando-se a Figura 1 (SCHWARTZ, 1992), evidencia-se que os tipos de valores que servem a interesses individuais formam uma região delimitada distinta em relação aos tipos de valores que servem a interesses coletivistas. O Quadro 4 resume essa classificação.

**Quadro 4 - Tipos de Valores Individualistas x Coletivistas**

<b>Valores Individualistas</b>	<b>Valores Coletivistas</b>	<b>Servem para ambos interesses (Área fronteira entre as duas regiões)</b>
Poder	Benevolência	Universalismo
Realização	Tradição	Segurança
Hedonismo	Conformidade	
Estimulação		
Autodeterminação		

Fonte: Elaborado a partir de Schwartz (1992)

Schwartz (2005a) também interpreta esses grupos de valores a partir da ansiedade. Para evitar a ansiedade derivada da incerteza no mundo social e físico, as pessoas evitam conflito (com conformidade), mantêm a ordem atual (com tradição e segurança) e buscam controlar as ameaças (com poder). Universalismo, benevolência, autodeterminação, estimulação e hedonismo são tipos motivacionais livres de ansiedade. Já os valores de realização fazem as duas coisas: seguem padrões sociais de forma bem-sucedida para controlar a ansiedade e afirmam o senso de competência do indivíduo, sem ansiedade.

Ainda, os tipos de valores de Schwartz (1992) podem ser observados a partir de quatro ordens maiores, que formam duas dimensões conceituais básicas, bipolares: 1) Abertura à Mudança vs. Conservação e 2) Autopromoção vs. Autotranscendência. Cada ordem apresenta posições opostas, conflitantes de valores. O contraste bipolar dos tipos motivacionais pode ser melhor observado no Quadro 5.

**Quadro 5 - Dimensões Bipolares dos Tipos Motivacionais**

<b>Dimensão 1</b>	
<b>Motivação das pessoas em seguir seus próprios interesses x Preservar o <i>status quo</i></b>	
<b>Abertura à Mudança</b>	<b>Conservação</b>
Estimulação	Segurança
Autodeterminação	Conformidade
Hedonismo	Tradição
<b>Dimensão 2</b>	
<b>Motivação em realçar interesses pessoais, sucesso e domínio x Transcendência a preocupações egoístas</b>	
<b>Autopromoção</b>	<b>Autotranscendência</b>
Poder	Universalismo
Realização	Benevolência
Hedonismo	

Fonte: Elaborado a partir de Schwartz (2005a)

Todos os valores de uma pessoa originam-se e são internalizados a partir da cultura em que ela vive ou foi criada, a partir da sociedade em que convive e suas instituições, da sua profissão e ocupação e da sua personalidade (ROKEACH, 1981). Assim, a maior parte dos indivíduos de uma sociedade concordará que os valores são bons; entretanto, o que difere o nível individual é quão importante cada valor é na vida diária e pensamentos de cada pessoa (WILKIE, 1994).

Essas características do aprendizado e internalização das prioridades de valores levam a supor a existência de uma estrutura rígida. Contudo, percebe-se que, em diferentes etapas da vida, as pessoas comportam-se de modo diverso, corroborando, assim, para algumas mudanças nos valores prioritários. Schwartz (2005b, p. 69) afirma que “as circunstâncias da vida dos indivíduos propiciam oportunidades para expressar alguns valores mais facilmente do que outros. (...) as circunstâncias da vida fazem a busca por determinados valores mais ou menos compensadora ou difícil”. Mesmo a observação da hierarquia das necessidades de Maslow (1970) já sugere uma mudança de comportamento conforme a saciedade dos diferentes níveis de necessidade.

### 3.2 CICLO DA VIDA

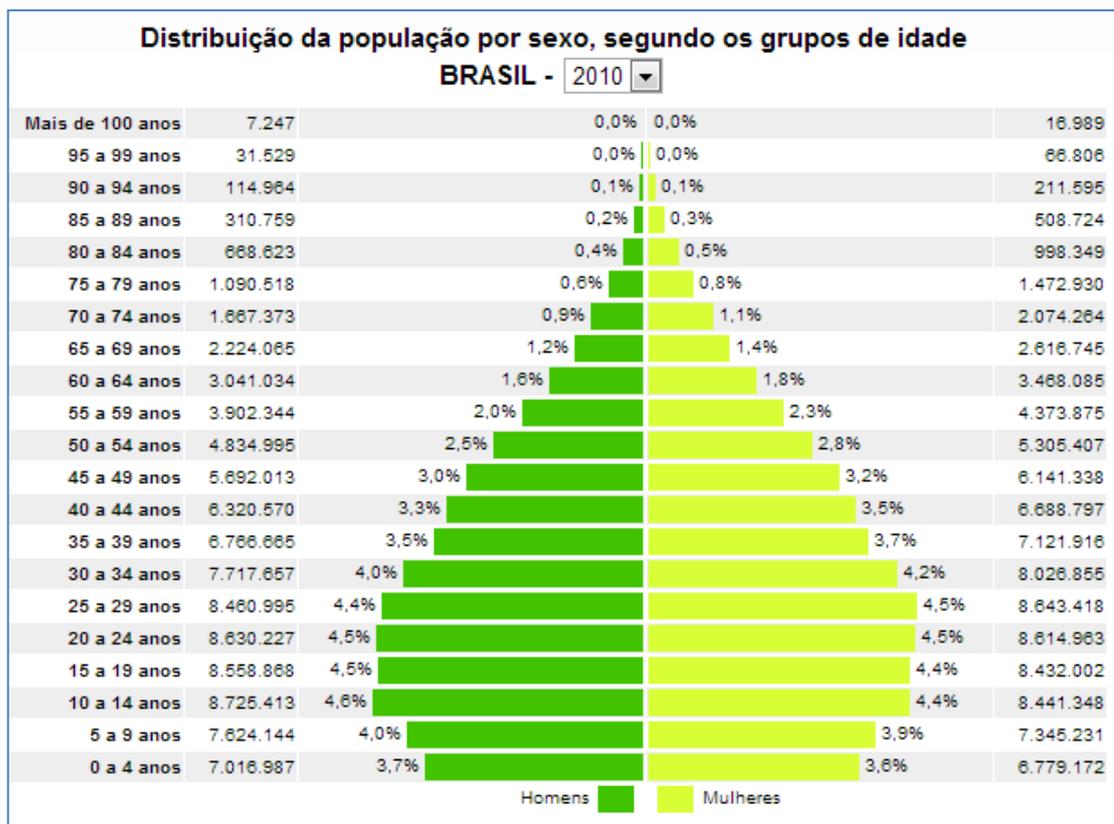
Pessoas de distintas faixas etárias comportam-se de maneira díspar. O processo de envelhecimento repercute no consumo (GUIOT, 2006), o que explica as divergências de comportamento entre idosos e sujeitos de outras idades. Como as pessoas envelhecem, seus recursos (tempo, dinheiro e energia física) e suas preferências e necessidades de produtos e atividades tendem a mudar, alterando as despesas com lazer, comida, bens duráveis e serviços (SHETH, MITTAL, NEWMAN, 2001). E a compreensão de como se dá esse processo de envelhecimento é foco de estudo em muitos países (HAYFLICK, 1996). Existem inúmeras abordagens para identificar/classificar-se as etapas do ciclo de vida humana.

Há uma convergência, seja por estatísticas de aposentadoria, seja por estudos de psicologia genética, que a idade de 60 anos é o marco inicial da idade avançada, também chamada terceira idade (GUIOT, 2006). São algumas características mais óbvias do envelhecimento: a evolução das células traduz-se em degeneração dos tecidos, perdas

sensoriais, deterioração do organismo e doenças; perda da força e do vigor físico; visão curta; crescimento de pelos nas orelhas e narinas; menopausa; há perda das funções cognitivas, como atenção, intelecto e memorização de curto prazo, mas aumento da criatividade (HAYFLICK, 1996; GUIOT, 2006). Guiot (2006) mostra que essas mudanças impactam na compreensão e percepção das ações de marketing, mas que os déficits e ganhos manifestam-se mais ou menos fortemente conforme características do indivíduo (idade, nível de estudo, atividades sociais), características dos estímulos publicitários (complexidade e presença de outras informações a lidar) e as condições de exposição aos estímulos.

Considerando-se a idade cronológica, 11% da população brasileira tem mais de 60 anos de idade (20.590.600 pessoas, sendo 44,5% de homens e 55,5% de mulheres), conforme se vê na Figura 3.

**Figura 2 - Distribuição da população brasileira por faixa etária e gênero**



Fonte: IBGE (2010)

Contudo, ressalta-se que a idade cronológica pode ser insuficientemente discriminante para a caracterização das diferenças de consumo entre os idosos e os jovens, as fases do ciclo

de vida não se definem claramente em rígidas faixas de idade, visto que as pessoas envelhecem em diferentes velocidades, experimentam o envelhecimento de maneira distinta em função de suas características e vivências pessoais, percebem-no diferentemente (GUIOT, 2006), pensamento base para que outras medidas de passagem do tempo sejam trabalhadas.

Outro modo é mensurar as etapas em virtude das atividades profissionais, principalmente para medir a terceira idade a partir da aposentadoria. Porém, Guiot (2006) argumenta que este se trata de um critério ambíguo em razão da existência de numerosos *status* híbridos entre atividade e aposentadoria, é pouco conclusivo para caracterizar o consumo das pessoas de idade avançada: exceto para aos setores de lazer e de viagem que parecem se beneficiar com o aumento de tempo disponível. Marcadores ou medidores temporais estáticos (aposentadoria e idade) não correspondem à dimensão dinâmica do processo físico e psicológico de envelhecimento, caracterizado por perdas e ganhos (GUIOT, 2006).

Outra alternativa é a diferenciação das etapas do ciclo de vida a partir da composição da família. Conforme Sheth, Mittal e Newman (2001), o ciclo de vida padrão dos indivíduos é composto por cinco estágios: solteiro, casal, ninho cheio, ninho vazio e sobrevivente. Este ciclo de vida adotado no estudo do comportamento do consumidor é uma descrição padronizada da formação e dissolução de uma família. De acordo com os autores, tanto os solteiros quanto os casais jovens sem filhos estão no início da carreira, têm recursos limitados, e direcionam-nos para a aquisição de carro, móveis, eletrodomésticos e, em menor quantia, para férias e lazer; acabam comprando produtos básicos, sem sofisticação. Já o estágio do ninho cheio muda conforme a idade dos filhos, se são pequenos, se estão na adolescência ou se já são grandes e ainda moram em casa; o consumo varia desde a aquisição de uma casa maior, carros maiores, bens duráveis, até despesas com a faculdade dos filhos e com a substituição de itens velhos da casa; muitas vezes, as despesas crescem mais rápido do que os recursos. A etapa do ninho vazio é marcada pela libertação dos pais, que voltam a investir em lazer e reformas na casa, face aos recursos financeiros que deixaram de ser gastos com os filhos, mas surgem também os investimentos em saúde, a venda da casa e mudança para um imóvel menor; nesta fase, as pessoas empregam eficientemente tempo, esforço e dinheiro, o preço torna-se um fator menos importante na compra, muitos optam por produtos sofisticados. No último estágio, com o avançar da idade e a morte do cônjuge, o comportamento de consumo do sobrevivente solitário muda drasticamente, com a mudança para um imóvel menor, aumento dos gastos com viagens, lazer e aumento dos cuidados com a saúde; há maior

preocupação com a solidão, amor e afeição dos filhos; há mais tempo para dedicação a causas sociais. Mowen e Minor (1998) sugerem que sejam coletadas informações sobre o estágio do ciclo de vida da família dos consumidores, antes que se realize a segmentação, para verificar se o público-alvo tem o poder de compra adequado para ser um segmento de mercado viável.

Mais recentemente, acrescentou-se uma nova etapa do ciclo de vida familiar, chamada de *ninho cheio tardio*, que é a permanência por mais tempo do filho adulto jovem no lar parental, ou seja, a família permanece residindo em conjunto por mais tempo. A fase do *ninho vazio*, etapa evolutiva familiar que culmina com a saída do jovem adulto solteiro de casa, caracterizada pelo processo de independência do sujeito em relação à família de origem, tem sido cada vez mais postergada (SILVEIRA; WAGNER, 2006). A percepção de dificuldades para inserção no mercado de trabalho e para a conquista de bons salários, aliada à vontade de seguir desfrutando do conforto e da segurança que o lar parental oferece, é apontada como o grande motivador para a permanência dos filhos na casa dos pais (*idem*).

Entretanto, ressalta-se que há limitações em relação a esse ciclo de vida baseado na família, visto que o mesmo considera a média, o típico da vida dos norte-americanos, não considera pessoas que não casam ou que se divorciam e constituem novas famílias, serve para ilustrar de maneira genérica as fases da vida.

Guiot (2006) propõe uma visão holística das transformações ao longo da vida das pessoas para melhor compreender seus comportamentos nas diferentes etapas, considerando a idade cronológica, a aposentadoria (modos objetivos) e a idade subjetiva. Esta última é entendida como a tendência do indivíduo de perceber-se mais novo ou mais velho do que a realidade (imagem do eu, envelhecimento sentido, percepção individual das mudanças ligadas ao tempo) e seria melhor indicador do que a idade cronológica para explicar as diferenças de atitudes em diversas situações de consumo. Entretanto, há críticas para a abordagem da idade subjetiva, visto que esta segmentaria as pessoas por seus autoconceitos em grupos como “jovem”, “meia-idade”, “idoso”, “velho” e estes grupos não são exatos e as pessoas ficam em dúvida quanto à classificação (BARAK; SCHIFFMAN, 1981). Estes grupos representam todas as fases do ciclo de vida das pessoas.

Outra visão sobre idade não-cronológica é a idade cognitiva (BARAK; SCHIFFMAN, 1981). Estes autores argumentam que a idade cronológica não serve para uma segmentação, visto que as pessoas frequentemente percebem-se com idade diferente da sua de nascimento e esta autopercepção (ou idade cognitiva) parece influenciar o comportamento de compra. Este conceito consiste na idade que uma pessoa acredita que tem, representa um estado da mente,

um autoconceito e é composto por quatro dimensões: 1) idade sentida (*feel-age*) – quão velha a pessoa se sente; 2) idade vista (*look-age*) – quão velha a pessoa se vê; 3) idade do fazer (*do-age*) – quão envolvida está uma pessoa em fazer coisas mais favoráveis a determinada faixa etária; 4) idade do interesse (*interest-age*) – idade refletida pelos interesses no qual a pessoa se engaja. A Figura 2 ilustra a abordagem para a caracterização da idade cognitiva, que geraria etapas do ciclo de vida mais fidedignas à percepção pessoal e à realidade ativa.

**Figura 3 - Abordagem da Idade Cognitiva**

	20 anos	30 anos	40 anos	50 anos	60 anos	70 anos	80 anos
Sinto como se eu estivesse nos meus...	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
Vejo-me como se eu estivesse nos meus...	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
Faço a maioria das coisas como se eu estivesse nos meus...	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
A maioria dos meus interesses é de uma pessoa nos seus...	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____

Fonte: Adaptado de Barak e Schiffman (1981)

Há ainda a chamada de idade biológica. Hayflick (1996) comenta que o envelhecimento não é uma mera passagem do tempo, é a manifestação de eventos biológicos que ocorrem ao longo de um período. Esta linha de pensamento considera o envelhecimento das células e, como a maioria das células do corpo humano renova-se regularmente, figurativa ou literalmente, as pessoas não são as mesmas com o passar dos anos.

Também existe a chamada idade social, que, segundo Schroots e Birren (1990), se refere aos hábitos e status sociais adquiridos para que o indivíduo possa preencher os muitos papéis sociais ou expectativas de uma pessoa da sua idade em sua cultura e grupo social. Um indivíduo pode ser mais velho ou mais novo, dependendo do grau em que ele mostra, em função da sua idade, o comportamento esperado por uma sociedade ou cultura em particular. Avançando nesse sentido, os mesmos autores desenvolveram o conceito senioridade (*eldering*), ou envelhecimento social, definido como os processos de mudança de papel social e de comportamento em adultos maduros em direção ao comportamento esperado e exibido por indivíduos mais velhos em uma sociedade, isto é, existem papéis que são classificados pela idade e que são típicos desta parte da vida. Diferentes padrões de vestir e falar são esperados para pessoas de idades distintas em uma mesma sociedade e o status social atribuído a indivíduos também se modifica em diferentes idades. Os autores presumem que a idade social resulta do processo dinâmico de senioridade, que é o curso de vida do indivíduo percorrido através das instituições sociais das quais é membro.

Outra forma para entender-se o envelhecimento e seu impacto na personalidade das pessoas é a abordagem contextual (KOGAN, 1990). Este modelo de pesquisa busca compreender os traços da personalidade e do comportamento dentro da trajetória do indivíduo sobre longos intervalos de tempo, considerando parâmetros socioculturais e históricos (por exemplo, Depressão de 1929, Segunda Guerra Mundial, ditaduras) e eventos que representem uma possível influência situacional durante os anos formativos de cada pessoa. São considerados autorrelatos articulados com eventos da vida real (como divórcio, status ocupacional alcançado, paternidade, entre outros).

Associada a esta abordagem contextual, tem-se uma escala originária da Psiquiatria e desenvolvida por Holmes e Rahe (1967), que mede o nível de stress de cada período. Esta escala dá um *score* para cada acontecimento ao longo da faixa de tempo analisada. Alguns exemplos de eventos são: uma vida estressante, um estresse emocional (mudança de habitat, entrada na escola, graduação, mudança de trabalho, falhas, morte de familiares), a perda de um objeto. A escala completa pode ser verificada no Anexo 4.

Com essa variedade de opções, ressalta-se que medir as etapas da vida não é uma tarefa simples, não basta a medida da idade cronológica apenas, vale o somatório de fatores como o estágio profissional ou aposentadoria e/ou o estágio da família, a idade cognitiva e/ou a passagem por eventos diversos, que levam ao amadurecimento. Independentemente de como é medida a passagem das diferentes etapas da vida, os diferentes estágios podem levar à expressão de diferentes comportamentos, necessariamente influenciados pelos valores pessoais. O comportamento de indivíduos é determinado primeiramente por eventos e experiências passados (GREINER, 1998).

O próximo subcapítulo apresenta pesquisas que indicam a existência de mudanças de valores ao longo do ciclo de vida das pessoas.

### 3.3 MUDANÇA NOS VALORES PESSOAIS

A compreensão acerca de mudanças no sistema de valores auxilia na redução da dissonância cognitiva, da inconsistência interna pessoal (ROKEACH, 1981). Para Rokeach (1981), essas inconsistências internas levam à mudança de valor. Neste caso, há três principais métodos para atingir a inconsistência individual e gerar a mudança: a) desempenhar

um comportamento inconsistente com seus valores e atitudes; b) receber informações diferentes das já incorporadas no seu sistema de valores e c) ser exposto às suas próprias contradições internas inerentes à sua existência, as quais são decorrentes, por exemplo, de mecanismos de autodefesa, conformidade, internalização não-crítica ou incapacidade intelectual.

No longo prazo, quando uma pessoa passa a dar importância para valores contraditórios, gerando um conflito interno, isso provavelmente resultará na diminuição ou no aumento da importância de um dos dois valores sobre o outro, para evitar a recorrência das desordens no momento do julgamento ou na tomada de decisão (BARDI *et al.*, 2009). Esse processo de mudança, no entanto, não acontece rapidamente; é preciso que o sujeito passe por essa situação diversas vezes para que se sinta recorrentemente desconfortável e motive-se a resolver o conflito, uma única ocorrência pode não gerar a alteração de valores (BARDI *et al.*, 2009).

Bardi *et al.* (2009) e Bardi e Goodwin (2011) identificam dois tipos de mudança de valores: as mudanças no nível médio de importância de um valor e as mudanças na ordem do *ranking*. O primeiro tipo refere-se à mudança na média de importância de um valor entre os indivíduos, isto é, um aumento do nível médio indica que a importância de um dado valor aumentou em média para um grupo de pessoas (amostra). Para analisar-se essa mudança, em geral, os designs das pesquisas utilizam, tipicamente, ANOVA, regressão ou equações estruturais. Essa mudança ocorre em função de desenvolvimento econômico, impacto de programas educacionais e de eventos históricos que afetam a vida das pessoas de toda uma sociedade (ex.: guerra). Já o segundo tipo apontado pelos autores, mudança na ordem do *ranking*, também chamado de mudança intraindividual, refere-se a diferenças individuais na mudança de valor, criando alterações na ordem de classificação dos indivíduos sobre a importância de um determinado valor. Por exemplo, se a importância do valor “Realização” aumenta para uns e decresce para outros, então a ordem dos participantes no *continuum* desses valores muda. Este tipo de mudança é geralmente analisado por correlações longitudinais (teste-reteste) e também pode ser analisado por meio de correlações intraclasses.

Como os valores estão relacionados a motivações maiores, uma mudança em um valor deve causar mudanças em todo o sistema, isto é, valores relacionados ao valor promovido devem crescer em importância, enquanto que valores que servem motivos conflitantes devem decrescer em importância, não gerando trocas nos valores ortogonais, aqueles perpendiculares no círculo de valores de Schwartz (MAIO *et al.*, 2009). Por exemplo, se igualdade expressa

universalismo e um evento faz com que o indivíduo aumente a importância desse valor, então também deve aumentar a importância de outros valores que promovam o universalismo, como um mundo de paz e, ao mesmo tempo, a pessoa deve decrescer a importância de valores que expressem motivações opostas como poder e realização, e essa mudança não gerará alterações nos valores de conformidade. A estrutura da mudança de valores deve espelhar a estrutura de valores (BARDI *et al.*, 2009).

Schwartz (2005b) relaciona a mudança de valores à adaptação às circunstâncias da vida. Educação, gênero e idade e outras características dos indivíduos (como experiências de aprendizagem junto aos pais, religião, socialização, papéis sociais, sistemas políticos e econômicos e sanções) são fatores que antecedem, que originam, em grande parte, as circunstâncias de vida às quais são expostos.

A importância atribuída a um valor varia dependendo da facilidade de obtenção do mesmo um o bloqueio à expressão de um valor diminui a sua importância (SCHWARTZ, 2005b). Por exemplo, quando se trabalha em um ambiente que comporta liberdade, as pessoas aumentam a importância da autodeterminação em detrimento da conformidade. Entretanto, o mesmo raciocínio não se aplica aos valores de segurança e bem-estar material. Quando esses valores são bloqueados, suas importâncias aumentam; quando são facilmente atingíveis, suas importâncias diminuem.

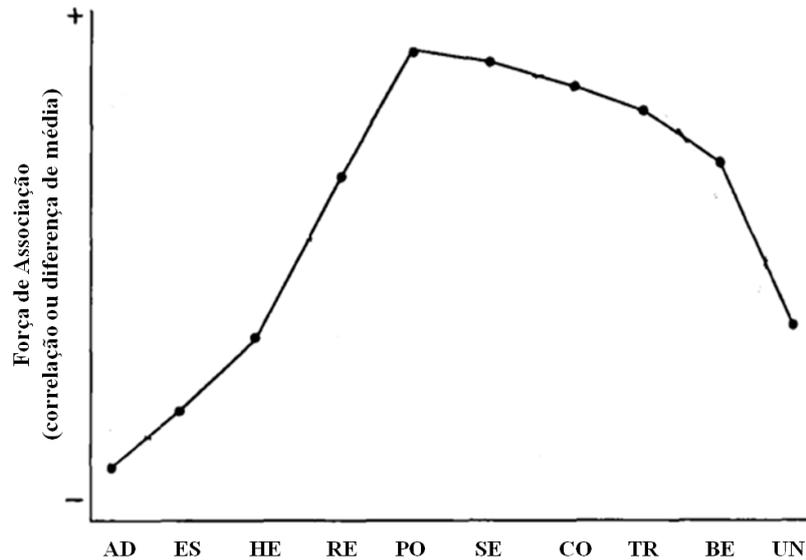
Schwartz (2005b, p. 73) explica que “a estrutura integrada de valores facilita a teorização sobre as relações entre prioridades axiológicas e outras variáveis”, isto é, a partir da teoria, é possível identificar quais tipos motivacionais se relacionam mais positiva ou negativamente a dada variável/circunstância da vida.

A partir desse raciocínio, Schwartz (2005b) ilustra as adaptações às circunstâncias da vida pelo ponto de vista da educação. A educação influencia mais positivamente os tipos de valores ligados à autodeterminação, estimulação, hedonismo e realização e mais negativamente os relacionados à conformidade, tradição e segurança. O autor afirma que, quanto maior o nível de escolaridade, mais o sujeito experimenta a liberdade de ação, a solução de problemas, entende o sistema meritocrata e adquire maior flexibilidade intelectual, o que acaba por gerar maior encorajamento, autodeterminação e fortalecer o valor das ideias e da confiança. Essas características adquiridas pelo indivíduo em função das circunstâncias da vida (educação) ajudam-no a encontrar um emprego financeiramente mais seguro (de onde se depreende a correlação negativa com valores de segurança).

Outra associação proposta por Schwartz (2005b) é a hierarquia de valores idealizada a partir do gênero. Muitas teorias revisitadas pelo pesquisador compartilham a visão de uma mulher mais relacional, expressiva e comunal, indicando que o sexo feminino priorizaria valores ligados à benevolência; enquanto que os homens são tidos como mais autônomos, instrumentais, ativos, enfatizando, por sua vez, poder, realização e estimulação. Schwartz ressalva que, embora comprovada esta diferença hierárquica gerada pelo gênero, a relação desta variável e dos valores é fraca, pouco consistente. “Aparentemente, há variáveis sociais, culturais e contextuais que influenciam quando, onde e como as prioridades axiológicas de homens e mulheres diferem” (SCHWARTZ, 2005b, p. 78-79).

Na obra de 1992, Schwartz cria algumas hipóteses sobre diferentes prioridades de valores conforme a idade do indivíduo. Ao ficar mais velha, a pessoa atribuiria maior importância à conformidade e menor à estimulação (valores opostos, conflitantes na estrutura motivacional); a idade também seria um fator importante para que a tradição e a segurança passassem a ser priorizados ante o hedonismo e a autodeterminação, ou seja, valores de abertura à mudança (autodeterminação e estimulação) decresceriam suas importâncias da fase jovem para a fase adulta. A idade estaria positivamente mais relacionada à benevolência e ao poder do que ao universalismo e à realização. Essas hipóteses correlacionando idade e prioridades de valores podem ser vistas na Figura 4, na curva senoidal. A idade pode afetar a mudança de valores como parte da necessidade de adaptar a diferentes circunstâncias da vida que são típicas de certas idades (BARDI, GOODWIN, 2011).

**Figura 4 - Curva Hipotética Representando a Associação entre Prioridades de Valores e Idade**



Curva hipotética representando a associação entre as prioridades de valor e idade. AD, autodeterminação; ES, estimulação; HE, hedonismo; RE, realização; PO, poder; SE, segurança; CO, conformidade; TR, tradição; BE, benevolência; UN, universalismo.

Fonte: Adaptado de Schwartz (2005b)

Já na pesquisa de 2005b, o mesmo autor testa essas hipóteses de alteração de valores decorrente da idade em uma amostra de seis países (Austrália, Chile, Finlândia, França, Japão e Suécia) e organiza a análise das mudanças de valores conforme o ciclo de vida das pessoas, com base em dois instrumentos para a hierarquização dos valores: SVS e PVQ (estas escalas são explicadas no subcapítulo 3.5). O autor aponta três fontes sistemáticas de mudança de valores para pessoas adultas: a) eventos históricos que impactam em faixas etárias específicas (ex.: guerra); b) envelhecimento físico, que traz perdas de força e/ou memória e c) fases da vida (etapas do ciclo de vida). Cada uma dessas fontes afeta experiências relevantes para os valores, são elas que determinam as oportunidades e/ou restrições que os indivíduos enfrentam.

A fonte de mudanças de valores proveniente de eventos históricos que afetaram diferentes faixas etárias/coortes é exemplificada com pessoas de gerações mais velhas dando maior importância a valores materialistas do que os mais jovens (SCHWARTZ, 2005b), pois estes últimos já cresceram em um ambiente com maior segurança e prosperidade, e valorizariam, por isso, o universalismo (recapitulando-se que, quando se vive em um ambiente seguro, os valores relacionados à segurança não são tão valorizados do que quando

se está em um ambiente inseguro). Pode-se conectar a ideia de diferenças de valores em diferentes faixas etárias às questões de coortes geracionais identificadas por Egri e Ralston (2004), ao compararem quatro gerações chinesas (Era Republicana, Consolidação, Revolução Cultural e Reforma Social) a três gerações norte-americanas (geração X, *baby boomer*, geração silenciosa), com amostra de 774 chineses e 784 americanos; e também por Verkasalo, Goodwin e Bezmenova (2006), que compararam grupos com mesma faixa etária em períodos diferentes (301 pessoas com idade média de 16,41 anos em 1991 e três amostras de 21, 67 e 30 pessoas com idade média de 17 anos em 2001) e encontraram um aumento na importância de valores de segurança entre norte-americanos após os ataques terroristas de 11 de setembro de 2001, embora, alguns meses depois, os níveis de importância tenham retornado aos níveis anteriores ao incidente (resultado a partir de diferentes respondentes), mostrando a adaptação temporária dos valores às circunstâncias e não uma adaptação de longo prazo. Outro trabalho que contrastou mudança de valores entre coortes foi realizado por Motta, Schewe e Rossi (2000), que investigaram a partir de referenciais teóricos e análise crítica da sociedade a mudança de valores culturais (baseado nas dimensões culturais de Hofstede) entre gerações diferentes de brasileiros e americanos.

Para Schwartz (2005b), a segunda fonte de mudanças de valores relacionadas à idade é o envelhecimento físico. A energia, a velocidade cognitiva e a memória diminuem, o que, segundo as hipóteses do autor, ocasiona a maior valoração da segurança, da conformidade e da tradição e gera a redução da importância dos valores de estimulação, hedonismo, realização e poder. Ambientes seguros e previsíveis são cruciais para idosos; maneiras tradicionais de fazer as coisas são menos ameaçadoras; estimulação é menos importante, porque novidades e riscos são ameaçadores; hedonismo é susceptível de tornar-se menos importante na velhice, porque os sentidos são menos nítidos e não permitem tanto deleite físico como quando se é jovem; pessoas mais velhas são menos capazes de cumprir tarefas e obter aprovação social.

A terceira fonte de diferenças de valores associada à idade são as fases da vida (SCHWARTZ, 2005b). A adaptação a circunstâncias da vida deve ocorrer mais rapidamente entre jovens do que entre adultos; adultos resistem mais a mudanças que não constam nas suas prioridades hierárquicas, pois suas convicções estão enraizadas, fazem conexões cognitivas, dificultando a mudança (SCHWARTZ, BARDI, 1997). Schwartz (2005b) faz um resgate teórico do ciclo de vida das pessoas e das principais mudanças de valores decorrentes dessas fases, conforme pode ser verificado no Quadro 6:

**Quadro 6 - Fases da Vida e Possíveis Mudanças de Valores**

<b>Fase da Vida</b>	<b>Motivos para Mudança de Valores</b>	<b>Principais Mudanças de Valores</b>
<b>Adolescência</b>	- Mudanças biológicas, cognitivas, sociais - Mudar da dependência dos pais para a independência	- Diminuição da importância dos valores de conformidade, tradição e segurança; - Aumento da importância de valores de autodeterminação, estimulação e hedonismo
<b>Início da Vida Adulta</b>	- Preocupação com o início da vida profissional - Formação de uma família	- Decréscimo da importância de valores de segurança, conformidade e tradição - Aumento da importância de valores como realização e estimulação
<b>Meio da Fase Adulta</b>	- Realização profissional já alcançada - Vida pessoal estável	- Diminuição da importância de valores como estimulação e realização (esta já foi conquistada) - Ênfase maior em segurança, conformidade e tradição
<b>Velhice</b>	- Aposentadoria - Viuvez - Aversão a novos desafios	- Redução da importância de valores como realização, poder, estimulação e hedonismo - Aumento da importância de segurança e tradição

Fonte: Elaborado a partir de Schwartz (2005b)

Porém, ressalta-se que, na literatura, não há convergência sobre as diferenças entre valores prioritários para jovens e valores prioritários para pessoas mais velhas. Para Sheth, Mittal e Newman (2001), os solteiros jovens investiriam menos em questões hedônicas, pois têm baixa renda nessa fase da vida e os velhos teriam um pico de consumo hedônico quando os filhos saíssem de casa ou o cônjuge morresse; já Schwartz (2005b) coloca hedonismo importante na primeira fase da vida e menos relevante com o passar dos anos.

Ao testar as três fontes sistemáticas de mudanças de valores decorrentes da idade (faixas etárias, envelhecimento físico e fases da vida) junto à amostra, Schwartz (2005b) verificou que há relações positivas da idade com segurança, tradição e conformidade. As relações negativas da idade são com os valores de estimulação, hedonismo, realização, autodeterminação e poder. O que surpreendeu foi a relação positiva da idade com benevolência e universalismo, contrariando a teoria de que universalismo seria uma marca das gerações mais novas. O autor justifica essa diferença ao verificar que o envelhecimento traz maior entendimento do mundo e respeito à natureza. Ainda, ressalta-se que os efeitos da mudança de valor decorrente da idade são opostos aos da mudança em função do nível de educação. Entretanto, Bardi *et al.* (2009) ressaltam que as mudanças de valores em função da idade descritas por Schwartz (2005b) são do tipo “mudança no nível médio de importância de um valor” e não podem ser desembaraçadas dos efeitos de coorte; um estudo longitudinal de tempo de vida ainda não havia sido realizado. É importante ressaltar que as diferenças entre coortes podem refletir diferenças geracionais mais do que mudança de valores entre (*within*) as pessoas (BARDI, GOODWIN, 2011).

Krishnan (2008) estudou pontualmente a mudança de valores proveniente da finalização de um curso de MBA. O autor utilizou o RVS (explicado no subcapítulo anterior) em duas amostras (229 estudantes e 138 estudantes) e verificou os valores no início do curso e no término do mesmo, após 2 anos. Os resultados indicaram um aumento da importância de valores auto-orientados (como uma vida confortável e prazer) e a redução da importância de valores orientados para os outros (como ser prestativo e educado).

Bardi *et al.* (2009) elaboraram quatro estudos para verificar se a estrutura de mudança dos valores segue a mesma relação valores compatíveis *versus* valores conflitantes, espelhando a estrutura de valores de Schwartz. No primeiro estudo, com amostra de 811 estudantes com idade média de 15 anos, aplicou-se presencialmente o método PVQ (referenciado no subcapítulo 3.5) com 40 itens em dois períodos diferentes (diferença de nove meses). Na análise descritiva, verificou-se que houve um pequeno decréscimo na importância dos valores de “Benevolência” e “Universalismo” e um pequeno acréscimo na importância de “Poder”, “Realização” e “Autodeterminação”, entre um tempo e outro analisado. Já na análise confirmatória da estrutura da mudança intraindividual de valores, comparou-se a estrutura da mudança de valor (tempo 2 – tempo 1) com a estrutura teórica de Schwartz, através de um escalonamento multidimensional confirmatório. Verificou-se pouca alteração na posição dos tipos motivacionais (“Realização” e “Poder” tiveram as localizações trocadas, mas muito próximas uma da outra; “Universalismo” e “Benevolência” também tiveram seus lugares trocados), confirmando que a estrutura da mudança de valores segue a estrutura de conflitos e congruências que organizam os valores do tempo 1. No segundo estudo, os autores aplicaram a pesquisa utilizando o método SVS (explicado no subcapítulo 3.5) em 129 jovens adultos, com idade média de 20 anos, que estavam entrando na faculdade e replicaram após um ano. Desta vez, a *survey* foi conduzida *online*. Verificou-se que houve também uma pequena mudança nos valores, com decréscimo de importância para “Benevolência” e aumento da importância para “Poder”. Na análise da mudança intraindividual, verificou a mesma alteração das posições de “Universalismo” e “Benevolência” encontrada no estudo 1 e uma nova alteração da “Realização”, ficando esta mais distante da localização teórica. Apesar disso, novamente confirmou-se a reflexão da estrutura de mudança de valores na estrutura de valores de Schwartz. O terceiro estudo organizado por Bardi *et al.* (2009) buscou examinar a mudança de valores em um período menor de tempo, com diferença de três meses entre o tempo 1 e o tempo 2. A pesquisa foi aplicada em 119 jovens universitários, com idade média de 20 anos, com as mesmas características do segundo estudo (método SVS *online*). Nesse

período mais curto de tempo, também se verificou uma mudança nos valores, com um acréscimo na importância dos valores de “Universalismo” e de “Poder”, o que ilustra uma incongruência, pelo menos temporária, na mudança dos valores, já que ambos têm motivações opostas. Na análise da estrutura das mudanças de valores intraindividuais, novamente houve a alteração da posição de entre “Universalismo” e “Benevolência”. O maior desvio foi na localização de “Estimulação” distante de “Hedonismo” e próxima à “Tradição” e à “Conformidade”. Apesar disto, os autores ainda afirmam que a estrutura de mudança de valores intraindividual está próxima ao modelo teórico. Já no quarto estudo, os autores pesquisaram a mudança de valores em um grupo heterogêneo (135 pessoas com idades entre 18 e 67 anos e média de 39 anos, recrutados pela internet), que não necessariamente passavam pelas mesmas mudanças de vida como os jovens adultos estudantes entrevistados nos estudos anteriores. O objetivo era checar se a mudança de valores decresce com a idade, conforme visto na literatura, e também se a extensão das mudanças na vida entre os tempos avaliados (tempo 1 e tempo 2) estavam associados a grandes mudanças de valores. Os instrumentos utilizados neste estudo foram o SVBWS (apresentado no subcapítulo 3.5) e a escala de mudança de vida de Holmes e Rahe (1967, apresentada no subcapítulo anterior). O intervalo de tempo foi de dois anos entre as medições. Nesta etapa, houve apenas um crescimento da importância do “Hedonismo”. Na análise da estrutura da mudança de valores intraindividual, notou-se um grande desvio em que aparecem lado a lado “Universalismo Social” e “Segurança”; esta mudança mostra uma incongruência, já que, de acordo com Schwartz, estes seriam valores com interesses motivacionais opostos. Os autores examinaram as inter-relações entre o *score* absoluto da mudança de valores (considerando tanto a mudança total de valores, somando-se todos os tipos motivacionais juntos, quanto a mudança por tipo de valor), a extensão das mudanças da vida no período analisado (quantidade de eventos que ocorreram nos dois anos que levaram ao estresse e conseqüente ajuste comportamental) e idade. Confirmou-se a correlação positiva entre a mudança total de valores e o *score* dos eventos da vida, ou seja, a passagem por mudanças substanciais na vida contribuiu para a mudança de valores no período; como esperado, a idade relacionou-se negativamente à mudança absoluta de valores, indicando que, quanto mais velha uma pessoa torna-se, menor a mudança de valores processada. Salienta-se, porém que, a partir dos resultados da regressão múltipla realizada, a adaptação às circunstâncias da vida é um preditor das mudanças de valores melhor do que a idade em si. E, apesar de a mudança de valores estar relacionada à ocorrência de eventos que mudam a vida, a magnitude desses eventos foi um preditor significativo

apenas para a mudança dos valores da “Tradição”, o que leva os autores a concluir que, mais do que a ocorrência de um evento de mudança de vida, o que importa é a natureza do evento em si, a adaptação requerida e a interpretação individual deste evento.

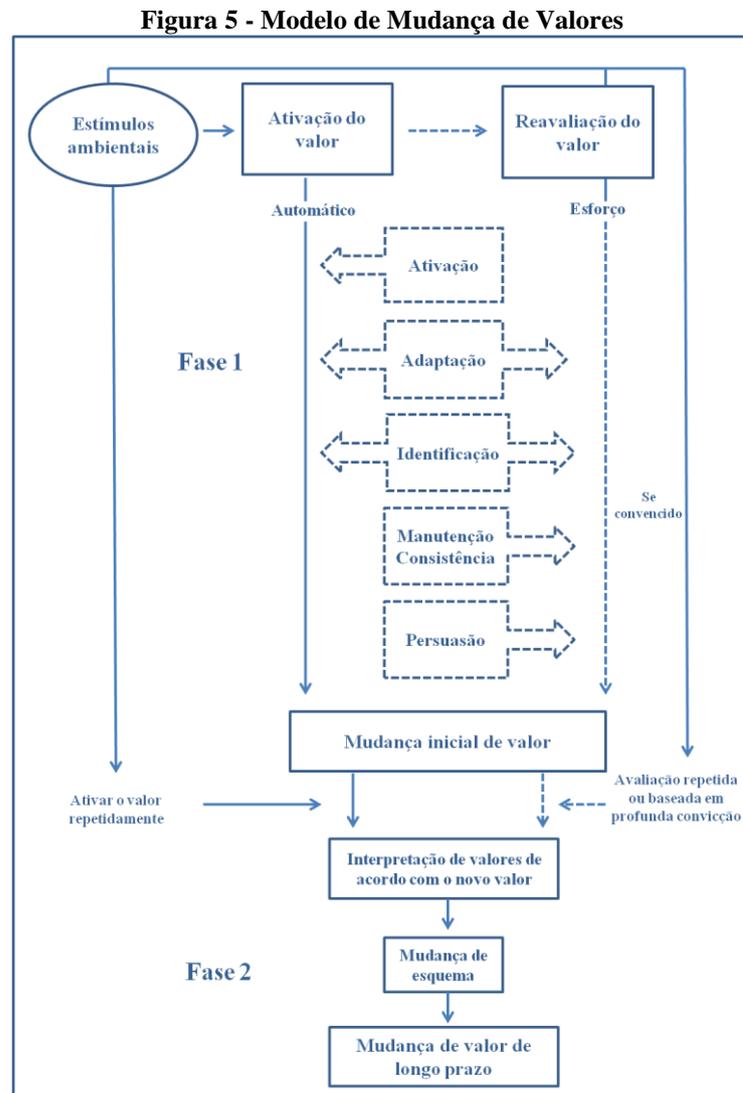
Nesse quarto estudo, Bardi *et al.* (2009) valeram-se de pesquisas da área de psiquiatria, mais precisamente da escala de Holmes e Rahe (1967), para entender que grandes eventos desgastam e requerem mudanças e ajustes na vida. Esses eventos que geram mudanças na vida podem gerar também mudança nos valores. Essa escala libera um *score* geral de eventos de *stress*, não trabalha com os eventos em separado.

Contudo, ressalta-se que, nos estudos de Bardi *et al.* (2009), o tempo máximo de manipulação da mudança de valores foi de dois anos e eventos cruciais da vida das pessoas podem levar mais tempo gerar mudanças nos valores e no comportamento ou podem ocorrer em períodos que não o avaliado. Ainda, os autores utilizaram como comparativo ao modelo circular teórico a estrutura plotada do delta de variação da mudança de valores, buscaram a adequação ao modelo circular, mas não realizaram comparativos entre um tempo e outro, apenas o delta da mudança comparado à teoria.

Maio *et al.* (2009) também encontraram que a mudança de valores reflete a estrutura circular de conflitos e congruências motivacionais proposta por Schwartz (1992). A pesquisa de Maio *et al.* (2009) foi publicada no mesmo periódico e ano do trabalho de Bardi *et al.* (2009), sendo estes, ao que tudo indica, os primeiros estudos sobre a estrutura da mudança de valores. Maio e seus colegas (2009) desenvolveram cinco experimentos para testar a mudança de valor a partir da ativação (*priming*) de determinado valor (com amostras de 175, 116, 58, 60 e 112 estudantes). O *ranking* dos valores foi medido antes e depois da manipulação que promove um dos tipos de valores pessoais. Como resultado, os autores encontraram que ativar/promover determinado valor tem efeitos previsíveis sobre os demais tipos de valor (a importância de valores compatíveis aumenta com a estimulação/*priming* e decresce a importância de valores opostos), seguindo a organização das compatibilidades e dos conflitos motivacionais do modelo circular.

Os eventos que levam à mudança da vida estudados por Bardi *et al.* (2009), na tentativa de identificar possíveis antecedentes da mudança de valores pessoais, são um dos elementos componentes do modelo teórico apresentado por Bardi e Goodwin (2011). Nesta nova pesquisa, os autores traçaram rotas de processos individuais de mudança de valor, considerando moderadores culturais. Os eventos que levam às mudanças de vida são considerados estímulos ambientais que iniciam o processo de mudança de valores pessoais.

Esse modelo teórico proposto por Bardi e Goodwin (2011) está apresentado na Figura 4. A fase 1 refere-se ao processo inicial de mudança de valores, à mudança de curto prazo (temporária). A fase 2 é a mudança de longo prazo. As mudanças podem ocorrer de modo automático ou por esforço.



Fonte: Adaptado de Bardi e Goodwin (2011)

Na mudança temporária de valores (fase 1), no modo automático, as características do ambiente podem estar associadas na memória do indivíduo a alguns valores (por exemplo, a língua inglesa pode estar associada a valores individualistas). Um estímulo do ambiente pode ativar (*to prime*) esse valor guardado, levando a pessoa a responder ao evento/estímulo de acordo com esse valor ativado. O efeito *priming*<sup>1</sup> pode trabalhar com valores que não sejam

<sup>1</sup> Neste trabalho, entende-se *priming* como ativação, imprimir alguma informação antecipadamente, prover de munições, abastecer.

de extrema importância para o indivíduo, mas, quando ativados pelos estímulos ambientais, esses valores podem afetar a resposta ao evento. A maneira automática de usar esse valor não ativo, que não estava no rol dos valores mais importantes, permite a mudança inicial de valores, porque o potencial para resistência à mudança de valor é menor.

Como comentado anteriormente, o efeito *priming* também foi estudado por Maio *et al.* (2009). Esses autores encontraram que ativar um valor através do efeito *priming* gera implicações previsíveis nas interconexões motivacionais com outros valores, isto é, gera comportamentos que reafirmam o valor ativado e inibe comportamentos que contrariam o valor. Por exemplo, ao serem ativados valores de realização, os sujeitos expostos em um experimento tiveram maior sucesso para completar jogos de quebra-cabeça e decresceram a vontade de cooperação, enquanto que, quando foram ativados valores de benevolência, os indivíduos aumentaram valores de cooperação e ajuda e diminuíram seu sucesso nas atividades lúdicas individuais.

Ainda na fase 1, a rota de mudança de valores por esforço requer que os estímulos ambientais invoquem diretamente o pensamento a respeito dos valores. Isto pode levar as pessoas a desafiarem seus valores, reavaliarem suas importâncias e, quando convencidas, podem, possivelmente, mudar a hierarquia dos mesmos. Esta rota envolve consciência sobre os valores e esforço para reflexão (BARDI, GOODWIN, 2011). A probabilidade de mudança dos valores aumenta quando os mesmos são desafiados, quando as pessoas elaboram razões para tentar defender suas prioridades. Os desafios podem acontecer de forma direta, através da persuasão da mídia, da educação ou de outro agente de socialização (parentes, pares, etc.); porém, os autores acreditam que a persuasão direta não seja o principal antecedente da mudança, pois pode gerar resistência ou sentimento de ameaça. Valores que são estabelecidos com suporte cognitivo são menos passíveis de mudança, já que as pessoas explicitam contra-argumentos para a troca (BARDI, GOODWIN, 2011).

Bardi e Goodwin (2011) discutem que um único evento/estímulo pode mudar os valores uma vez, causando uma alteração temporária nos valores, mas a vida continua e as pessoas acabam não pensando constantemente nos seus valores, o que traz novamente à tona os valores primordiais originais do indivíduo. Assim, o padrão é uma mudança temporária nos valores.

Para a mudança de longo prazo (fase 2 do modelo), o caminho automático somente funcionará se o efeito *priming* operar repetidamente, fortalecendo os links com outros valores

internamente guardados, até que esses valores guardados e já ativados passem a ser a referência central para a percepção e comportamento.

A rota para mudança de longo prazo por esforço requer que os desafios aos valores originais da pessoa ocorram repetidamente e na mesma direção. Após um processo inicial com esforço e mudança temporária de valores, estes desafios similares podem lembrar a pessoa sobre sua conclusão anterior a respeito da mudança de valor, até que, gradualmente, este novo esquema mental (importância maior de dado valor) torne-se central (BARDI, GOODWIN, 2011).

Neste modelo de Bardi e Goodwin (2011), são apresentados alguns facilitadores do processo de mudança de valores, esboçados no Quadro 7:

**Quadro 7 - Facilitadores do Processo de Mudança de Valores**

<b>Facilitadores da Mudança de Valor</b>	<b>Efeito</b>
<b>Priming</b>	Mudanças temporárias nos valores ou, se repetido diversas vezes, como em uma nova situação da vida (ex.: paternidade) ou novo ambiente (ex.: nova cultura), uma alteração mais permanente pode acontecer
<b>Adaptação a novas situações</b>	As pessoas adaptam seus valores para reforçar as contingências do ambiente (ex.: filho chorando quando se é pai, novo emprego). Essa mudança pode ser temporária ou duradoura.
<b>Identificação com novos grupos externos</b>	Internalização dos novos valores e conseqüente substituição de seus valores e mudança de comportamento. Uma pessoa passa a interpretar eventos a partir da óptica de valores do novo grupo como um resultado de sua identificação com o novo grupo (ex.: novos colegas de trabalho, nova cultura).
<b>Manutenção da Consistência</b>	Motivação para a auto-observação e esforço para a resolução de inconsistências internas (comportamentos diferentes dos valores pessoais mais importantes), levando à transformação dos valores (baseado em Rokeach)
<b>Tentativas de Persuasão Direta</b>	As tentativas de persuasão diretas (mídia, programas de educação e socialização) são mais eficientes quando o valor é fraco no autoconceito, quando a pessoa não tem uma opinião forte a respeito, ou para quando o valor já é bastante importante, a persuasão o fortalece ainda mais
<b>Moderadores gerais (cultura, valores pessoais, traços)</b>	Culturas e indivíduos que têm baixa aversão ao risco e estimam a autonomia afetiva e intelectual podem ter maior tendência à mudança. Culturas e indivíduos que valorizam mais a tradição e a hierarquia são mais resistentes à mudança e tendem à preservação do <i>status quo</i> .

Fonte: Elaborado a partir de Bardi e Goodwin (2011)

Como síntese, compilam-se os trabalhos que envolvem mudança de valores e seus resultados no Quadro 8.

**Quadro 8 - Resumo de Trabalhos sobre Mudança de Valores**

Autor(es)/Ano	Tipo de Estudo / Método	Principais Contribuições para o Estudo da Mudança de Valores
Rokeach (1981)	Teórico	- Valores são estáveis, mas algumas mudanças podem decorrer das inconsistências internas
Schwartz (1992)	Teórico para mudança de valor. Hipóteses não testadas sobre mudança de valor em decorrência da idade	- Aumento da idade: aumento da importância dos valores de conservação (tradição, conformidade, segurança); redução da importância de valores de abertura à mudança (autodeterminação e estimulação); idade está mais correlacionada aos valores de poder e benevolência do que aos de universalismo e realização
Motta, Schewe e Rossi (2000)	Teórico a partir dos valores culturais de Hofstede (comparação entre Brasil e EUA)	- Em determinados coortes, há similaridades entre os valores culturais dos dois países
Egri e Ralston (2004)	Survey aplicada na China e nos EUA; utilização do SVS	- Identificação de diferenças de valores entre coortes geracionais
Schwartz (2005b)	Survey em 6 países; teste do SVS e do PVQ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A mudança de valores decorre da adaptação às circunstâncias da vida (educação, gênero, idade, experiências de aprendizagem, criação dos pais, religião, socialização, sistemas políticos, sanções)</li> <li>- Educação: quanto maior o nível de escolaridade, mais aumenta a importância de valores de autodeterminação, estimulação, hedonismo e realização e diminui a relevância de valores de conformidade, tradição e segurança</li> <li>- Gênero: mulher prioriza mais a benevolência; homens valorizam mais o poder, a realização e a estimulação</li> <li>- Idade: relação positiva com valores de segurança, tradição, conformidade, universalismo e benevolência e relação negativa com valores de estimulação, hedonismo, realização, autodeterminação e poder.</li> </ul>
Verkasalo, Goodwin, Bezmenova (2006)	Survey; utilização do SVS	- Mudança temporária da importância de valores de segurança entre coortes após os ataques terroristas de 11/set/2001
Krishnan (2008)	Survey; utilização do RVS	- Mudança de valores a partir da conclusão de MBA. Aumento da importância de valores auto-orientados e redução da importância de valores orientados para os outros
Maio <i>et al.</i> (2009)	Experimento Laboratorial; 5 estudos; utilização de valores extraídos do SVS	- Estrutura de mudança nos valores reflete as congruências e os conflitos da estrutura de valores de Schwartz
Bardi <i>et al.</i> (2009)	Survey; 4 estudos; utilização de PVQ, SVS, SVBWS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificação de dois tipos de mudança de valores: a) mudança no nível médio de importância e b) mudança na ordem do <i>ranking</i></li> <li>- Estrutura de mudança de valores espelha a estrutura de valores de Schwartz</li> <li>- Quanto mais velha uma pessoa torna-se, menos ela muda seus valores</li> <li>- Eventos que mudam a vida das pessoas levam à mudança de valores, principalmente àqueles relacionados à tradição</li> </ul>
Bardi e Goodwin (2011)	Teórico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proposta de um modelo para identificar as rotas de mudança dos valores, considerando processos individuais e moderadores culturais</li> <li>- Mudança temporária ou de longo prazo</li> <li>- Mudança ocorre de modo automático ou em função de esforço lógico</li> </ul>

Fonte: Elaborado pela pesquisadora, com base na revisão de literatura

Estudar a mudança de valores e a estrutura dessa mudança permite que se compreendam melhor as atitudes e comportamentos das pessoas e também os efeitos indiretos decorrentes das congruências e conflitos envolvidos quando mudam as circunstâncias da vida, quando muda a relevância de algum valor.

O subcapítulo seguinte apresenta diversos estudos que apontam a relação de valores e a predição de comportamentos.

### 3.4 RELAÇÃO ENTRE VALORES E COMPORTAMENTO

Os valores são determinantes tanto das atitudes (favoráveis ou não a dado objeto) quanto do comportamento em si (ROKEACH, 1981).

Schwartz (2005b) identifica quatro processos que ligam valores a comportamentos: 1) ativação de valores; 2) valores como fonte de motivação; 3) influência dos valores na atenção, percepção e interpretação de situações; 4) influência dos valores no planejamento de ações.

Para que um valor influencie o comportamento, necessita-se da ativação desse valor. “Valores que são mais importantes para o indivíduo são mais acessíveis” (SCHWARTZ, 2005b, p. 80), isto é, vêm mais facilmente à cabeça. A ativação de valores de alta prioridade leva ao comportamento; ressalta-se que a ativação não necessariamente requer o pensamento consciente sobre dado valor, esse processamento de informações pode ocorrer de forma inconsciente.

O segundo processo que conecta valores e comportamento é quando os valores são fontes de motivação, isto é, quando ações acabam por tornarem-se mais atraentes, mais valorizadas, na medida em que promovem o atingimento de objetivos, valores desejados (SCHWARTZ, 2005b). Ao perceber a oportunidade de atingir determinado valor, o indivíduo tem uma reação afetiva automática e positiva às ações que o facilitam. O contrário, quando se percebe uma ameaça à consecução do objetivo, uma reação negativa é liberada.

A influência dos valores na atenção, percepção e interpretação de situações é o terceiro processo de ligação apontado por Schwartz (2005b). Cada indivíduo define, pesa e responde a situações, sugerindo uma linha de ação desejável a partir de seus valores mais relevantes.

O quarto processo, a influência dos valores no planejamento de ações, ocorre de modo mais consciente, pois exige o planejamento do comportamento para a obtenção dos objetivos

mais importantes. “Assim, quanto mais prioridade é dada a um valor, mais provável é que as pessoas formulem planos de ação que possam levar à sua expressão no comportamento. (...) o planejamento aumenta a probabilidade de comportamento guiado por objetivos” (SCHWARTZ, 2005b, p. 82).

A estrutura de valores implica que qualquer comportamento se relacione positivamente com alguns tipos motivacionais e, simultaneamente, negativamente com os tipos de valores opostos, isto é, um comportamento promove a expressão ou consecução de um conjunto de valores em detrimento dos valores opostos (SCHWARTZ, 2005b). Neste ponto, ressalva-se que os comportamentos e as atitudes não são guiados pela prioridade de um valor isolado, mas também pela barganha entre valores antagônicos (que estão do lado oposto do círculo da estrutura de valores) implicados no comportamento. Para prever-se um comportamento, deve-se considerar a importância dos valores que o comportamento irá promover e também a importância dos valores antagônicos que irá comprometer (SCHWARTZ, 2005b).

Como aplicação do estudo de valores para a previsão do comportamento do consumidor, Schwartz (2005b) exemplifica estudando a cooperação. Para que as pessoas tenham um alto nível de cooperação, é necessário que valores de “Benevolência” (e afins) sejam prioridade e que seja dada baixa importância para valores opostos (como “Poder”).

Outro exemplo apresentado pelo mesmo autor é o entendimento dos valores pessoais para verificar como as pessoas votam. Este exemplo ocorreu com a análise de uma amostra na Itália. Há uma barganha entre “Poder”, “Realização” e “Segurança”, valores priorizados pela direita, e “Universalismo” e “Benevolência”, valores ressaltados pela esquerda. Com isso, depreende-se que quem apoia a direita, correlaciona-se positivamente com “Poder” e mais negativamente com “Universalismo”.

Schwartz (2005b) também mostra a relação de valores e comportamento ao citar compras de produtos ecologicamente corretos. A frequência de compras ecologicamente corretas correlaciona-se mais positivamente com “Universalismo” e mais negativamente com “Poder”, visto que a utilização de produtos orgânicos expressa a preocupação com os outros e com a natureza e que, em função de seu preço ser mais caro, colide com os objetivos de “Poder”.

Lengler (2002) encontrou em seus estudos que a nacionalidade do indivíduo tem uma relação causal com os valores pessoais e atitudes em relação a atributos de *shopping centers* (varejo). E, com isto, a nacionalidade acaba por ter uma relação indireta sobre o

comportamento. O autor utilizou a Lista de Valores (LOV, relatada no subcapítulo 3.5) para investigar consumidores no Brasil, Uruguai e Estados Unidos. Encontrou grande similaridade nos perfis comportamentais e exigências dos consumidores dos dois primeiros países, muito em função das condições histórico-sociais compartilhadas.

A partir dos valores pessoais e cultura, Floriani e Nique (2003) buscam explicar o comportamento de executivos brasileiros e italianos em negociações comerciais internacionais. Ao conhecer as diferenças culturais e possíveis comportamentos, o executivo torna-se mais preparado para a negociação. Valendo-se do Inventário de Valores de Rokeach (RVS, descrita no subcapítulo 3.5), os autores identificaram que os italianos fecham negócio com maior rapidez do que os brasileiros, pois estes necessitam consenso para a decisão. Os primeiros são mais individualistas, buscam o autorrespeito e a segurança; os segundos preferem negociar em equipe, visam à felicidade e à realização.

Em seu trabalho, Añaña e Nique (2009) investigam se os valores pessoais modelam a percepção de marca, em contextos intra e intercultural (Brasil e França). Estes pesquisadores também utilizaram a Escala de Rokeach e encontraram diferenças de valores entre as culturas, confirmando também a influência da prática religiosa, da idade e do gênero no reforço dos valores e destes na percepção de marca. Os autores ressaltam que, através da análise da hierarquia dos valores pessoais, os profissionais de marketing podem organizar importantes segmentações de mercado, buscando grupos latentes, classificados a partir da estrutura total de valores e não apenas por um valor isolado.

Krishnan (2008) investiga se há mudança de valores em estudantes que fazem um curso de MBA. Os sujeitos foram entrevistados no início do curso e na formatura e os resultados apontam para o aumento da importância de valores orientados para o eu (como uma vida confortável e prazer) e para a redução da importância de valores orientados aos outros (como ser prestativo e polido). Embora Krishnan (2008) tenha utilizado o RVS, seus resultados podem ser comparados aos achados de Schwartz (2005b) sobre as mudanças de valores decorrentes do nível de educação; na comparação, observa-se congruência no fortalecimento de valores de “Autodeterminação” conforme aumenta o nível de educação, mas, para Schwartz, não há redução da importância de valores orientados para os outros, pois benevolência e universalismo relacionaram-se fracamente com educação.

Uma abordagem semelhante, porém qualitativa, foi empregada por Oliveira, Silva e Vilas Boas (2011). A técnica de *laddering* (explicada no subcapítulo 3.5) e o embasamento de Schwartz (1992) serviram para a identificação dos valores que motivam as pessoas a

realizarem um curso de pós-graduação à distância (especialização). Aparecem no topo da lista: “Benevolência” (cuidado com a família), “Poder” (reconhecimento social) e “Hedonismo” (aproveitar a vida). Estes podem ser os valores utilizados/promovidos na comunicação para divulgarem-se cursos.

A triangulação entre valores pessoais, atitudes e fases da lealdade é a base da pesquisa de Henrique (2009). O autor verificou, com a utilização do RVS junto a clientes de instituições financeiras no Brasil, que os valores são antecedentes da lealdade e estão relacionados às variáveis demográficas (gênero, idade, renda e escolaridade). A atitude age como mediador da relação valor-lealdade, uma vez que valor influencia atitude e atitude influencia lealdade.

Outra aplicação da relação entre valores e comportamento é comentada em Maio *et al.* (2009). Valendo-se do Inventário de Schwartz (SVS – explicado no subcapítulo 3.5), esta pesquisa comprova que o comportamento das pessoas pode ser afetado pela ativação de um determinado valor ou mesmo pela diminuição da ativação de valores opostos. Os autores exemplificam com a sugestão de que a discriminação de grupos de minorias pode ser diminuída se ocorrer a promoção, o aumento da importância percebida de valores de “Benevolência” e pelo fomento à redução da importância percebida de valores de “Realização”, uma vez que são valores opostos.

Pinto *et al.* (2011) exploram a influência da identidade nas relações valores-comportamento, considerando o consumo responsável. Foi utilizada a escala *Portrait Value Questionnaire* de Schwartz (verificar explicação no subcapítulo 3.5). Embora os valores transcendentais (universalismo e benevolência) resultem em um maior consumo responsável quando uma identidade pessoal é acionada, quando se ativa a identidade pessoal, valores transcendentais e não-transcendentais levam a níveis semelhantes de consumo verde. Assim, os autores verificaram que as pessoas podem agir de forma oposta aos valores, dependendo da interação com a identidade, isto é, motivadas pela identidade, de onde se percebe a cadeia valores-identidade-comportamento.

Nessa linha também é o estudo de Maduro-Abreu (2010), que identifica os valores que constituem a ideologia individualista e correlaciona-os aos padrões e níveis de consumo do indivíduo. Pessoas individualistas têm uma maior frequência e padrões menos sustentáveis de consumo, já pessoas coletivistas têm menor frequência e padrões mais sustentáveis de consumo.

Grohmann *et al.* (2012) investigaram o comprometimento com a carreira profissional através dos valores pessoais, comparando os valores de administradores e engenheiros. Verificaram que há diferença nos constructos de poder, universalismo, benevolência, conformidade e tradição, comprovando que pessoas com diferentes escolhas profissionais possuem valores distintos.

Em suma, ações que expressam valores têm consequências práticas, psicológicas e sociais, que podem conflitar ou serem compatíveis com outras (BARDI *et al.*, 2009). Quando há conflitos internos, causados pela alta importância dada a valores opostos, pode ocorrer uma diminuição do bem-estar pessoal e pode, também, gerar problemas sociais decorrentes da percepção, por outras pessoas, da inconsistência comportamental (BARDI *et al.*, 2009). Entretanto, ressalta-se que, apesar de os valores motivarem condutas, as pressões normativas competem com os valores e desviam a expressão dos mesmos na forma de comportamento (SCHWARTZ, 2005b).

Este subcapítulo servirá como base para a sugestão de aplicação dos resultados encontrados, tendo em vista os diferentes valores pessoais e comportamentos nas diferentes etapas do ciclo de vida humano.

O próximo subcapítulo apresenta diversos instrumentos desenvolvidos para medir valores, os quais possibilitam, a partir da hierarquia apontada, uma melhor compreensão dos comportamentos e indícios para previsão dos mesmos.

### 3.5 INSTRUMENTOS PARA MENSURAÇÃO DE VALORES

Além das características da população como um todo, também se têm buscado resultados mais focados na segmentação, nas microculturas de consumo, em grupos cada vez menores dentro de uma mesma cultura mais ampla, procurando identificar cada conjunto próprio de valores centrais, mais específicos, mais diretamente relevantes para o comportamento cotidiano do consumidor (SHETH, MITTAL, NEWMAN, 2001), de onde deriva, então, o desenvolvimento de diversos instrumentos para a mensuração dos valores pessoais.

O primeiro foi o trabalho de Rokeach (1981, tradução da obra de 1968), que sugeriu um modo simples de medir o sistema de valores das pessoas: sua equipe de pesquisa

identificou os dezoito valores instrumentais (como “tolerante, limpo, clemente, responsável”) e mais dezoito valores terminais (por exemplo, “uma vida confortável, igualdade, liberdade”) – elencados no Quadro 1 – e listou essas séries em ordem alfabética; então, pediram aos respondentes que ordenassem os valores de acordo com a preferência para o próprio sujeito. Esse procedimento gerou, em poucos minutos, a importância relativa dos valores, a qual pôde ser relacionada aos diversos fatores demográficos da amostra. Esse rol de valores passou a ser conhecido como Inventário de Valores de Rokeach (*Rokeach Value Survey* – RVS).

Essa técnica para ordenar os valores tem sua utilidade no sentido em que, em função do sujeito não ter consciência da significação psicológica de sua resposta, acaba por ter pouca ou nenhuma razão para disfarçar a importância relativa de cada valor (ROKEACH, 1981). As escalas funcionam como testes projetivos e contêm valores socialmente desejáveis, que são (co)ordenados conforme a cultura em que o indivíduo vive e foi criado e também conforme seu próprio sistema de valor (ROKEACH, 1981).

Outro método para avaliar valores foi desenvolvido pela consultoria de gestão *SRI International*, em 1978, nos Estados Unidos, e chama-se *Values and Life Style* – VALS (WILKIE, 1994). A essência do programa VALS é o esquema de classificação/hierarquia de valores que coloca cada americano dentro de um dos nove segmentos de perfis, os quais combinam valores e estilos de vida, isto é, formam grupos com similaridade nos padrões hierárquicos de valores e nas atividades do estilo de vida (WILKIE, 1994). Os nove perfis são apresentados no Quadro 9. Há também a versão VALS 2 com oito agrupamentos.

**Quadro 9 - Perfis do Instrumento VALS**

<b>Dimensão</b>	<b>Perfil</b>	<b>Características</b>
<b>Orientados pela Necessidade</b>	Sobreviventes	Idosos pobres, com pouca saúde e pouca educação
	Sustentadores	Jovens desempregados com esperança no futuro
<b>Orientados para o Exterior</b>	Pertencentes	Americanos em meia-idade, classe média, que estimam as instituições da família, igreja e país
	Emuladores	Esforçados para crescer, são ambiciosos, gastam mais do que poupam, copiam o comportamento dos realizadores
	Realizadores	Profissionais de sucesso, ricos
<b>Orientados para o Próprio Interior</b>	Eu sou eu	Adolescentes rebeldes contra os modos de vida estabelecidos, entusiastas, procuram novas ideias
	Experimentadores	Aqueles altamente envolvidos em atividades hedônicas, são independentes, inovadores e autoconfiantes
	Socialmente conscientes	Pessoas maduras, preocupadas com o ambiente, a paz mundial e a redução dos preconceitos raciais
	Integrados	Pequeno grupo que conquistou bem-estar material e sucesso no mundo e está engajado em causas maiores, que transcendem questões egoístas

Fonte: Baseado em Kahle, Beatty e Homer (1986), Mowen e Minor (1998) e Sheth, Mittal e Newman (2001)

Como alternativa ao programa VALS, Kahle (1983<sup>2</sup> *apud* KAHLE, BEATTY, HOMER, 1986) propõem como método para a medição de valores uma pequena lista (chamada Lista de Valores – *List of Values* – LOV) composta por nove valores terminais ou metas pelas quais as pessoas lutam: a) respeito próprio, b) autossatisfação, c) segurança, d) senso de pertencimento, e) excitação/entusiasmo, f) senso de realização, g) diversão e prazer na vida, h) ser bem respeitado, i) relações calorosas com os outros. Essa lista foi desenvolvida a partir da base teórica de Feather, Maslow e Rokeach. Estudos exploratórios que utilizaram esta lista mostram que, por exemplo, pessoas que endossam senso de pertencimento preferem atividades em grupo e consumidores que valorizam mais a segurança preferem *hobbies* caseiros, como assistir televisão (WILKIE, 1994); com isso, observa-se que, a partir da LOV, os valores podem ser isolados de modo a proporcionar aplicações mais diretas ao marketing (SOLOMON, 2007).

<sup>2</sup> KAHLE, Lynn R. **Social Values and Social Change**: adaptation to life in America. New York: Praeger, 1983.

Há muitas semelhanças entre os métodos de mensuração de valores VALS e LOV. Por exemplo, a classificação para realizadores da VALS pode ser comparada ao senso de realização da LOV e a classificação do grupo pertencentes da VALS é similar ao senso de pertencimento da LOV (KAHLE, BEATTY, HOMER, 1986). Em ambos os métodos, há a distinção entre as dimensões interna (que capta as motivações pessoais de prazer, experiência e consciência individual) e externa (que inclui a preocupação com os grupos e aceitação das pessoas). Entretanto, Kahle, Beatty e Hommer (1986) defendem que o método LOV é mais assertivo na predição do comportamento do consumidor, embora não haja consenso sobre o tema.

Por sua vez, Kamakura e Mazzon (1991) criticam a LOV por fazer com que o respondente ordene os nove valores terminais e baseie sua classificação de grupos de pessoas apenas em cima do valor no topo do *ranking*. Este tipo de agrupamento pode ser influenciado pelos erros de medida (uma vez que considera apenas uma única observação por sujeito) e desconsidera os sistemas/hierarquias de valores apontados por Rokeach e outros.

Atualmente, tem-se utilizado o Inventário de Valores de Schwartz – *Schwartz Value Survey* – SVS (EGRI, RALSTON, 2004; VERKASALO, GOODWIN, BEZMENOVA, 2006; MAIO *et al.*, 2009; NEPOMUCENO; PORTO, 2010) ou, mais recentemente, o Questionário de Perfil de Valores – *Portrait Values Questionnaire* – PVQ (ALMEIDA; SOBRAL, 2009; MADURO-ABREU, 2010; BLACK, 2011; PINTO *et al.*, 2011; CIECIUCH; DAVIDOV, 2012; ESS, 2013). Os instrumentos de Schwartz visam unificar as teorias da motivação humana, buscando uma maneira de organizar as diferentes necessidades humanas através dos dez tipos de valores motivacionais que todas as culturas reconhecem (SCHWARTZ, 2005a). O SVS possui 57 itens e o PVQ tem duas versões, uma com 40 itens (SCHWARTZ, 2005b) e outra com 21 itens (SCHWARTZ, 2003). Essas escalas medem a hierarquia de valores, dentro da estrutura proposta originalmente por Schwartz (tipos motivacionais).

Os sujeitos questionados a partir do SVS devem indicar a importância de cada valor/item como sendo um “princípio orientador em *Minha vida*” (SCHWARTZ, 2005a, p. 31), valendo-se de uma escala de nove pontos (7 = suprema importância, 6 = muito importante, 5 e 4 = não rotulados, 3 = importante, 2 e 1 = não rotulados, 0 = não importante, -1 = opostos aos meus valores). Esse tipo de escala não simétrica, esticada no extremo superior e condensada no extremo inferior, segundo o autor, reproduz a maneira com que as pessoas refletem a respeito de valores, variando a maioria deles entre medianamente e muito importantes. São apresentados 30 itens que descrevem os estados finais de existência

desejáveis e 27 itens comportamentais, considerando o mesmo tipo de separação de valores terminais e instrumentais de Rokeach, embora não tenha sido estatisticamente significativa esta separação (SCHWARTZ, 2005a). Nesta escala, os itens dos diferentes tipos motivacionais estão dispersos no meio do instrumento, para não enviesar as respostas. A utilização de uma escala intervalar (*rating*) para cada tipo motivacional permite que o respondente indique a importância de cada valor separadamente; a solicitação de uma escala ordinal (*ranking*) para os valores poderia forçar os respondentes a discriminar valores igualmente importantes ou comparar diretamente valores incompatíveis (SCHWARTZ, 1994).

Por sua vez, a escala PVQ inclui curtas descrições verbais de 40 pessoas (ou 21); cada perfil descreve objetivos ou desejos que apontam, implicitamente, a importância de um tipo motivacional; por exemplo “Pensar em ideias novas e ser criativo é muito importante para ele. Ele gosta de fazer as coisas de um jeito original” (SCHWARTZ, 2005b, p. 57). Para cada perfil apresentado, o sujeito responde à questão “Quanto essa pessoa se parece com você?”. A escala de respostas é: se parece muito comigo, se parece mais ou menos comigo, se parece pouco comigo, não se parece comigo, não se parece nada comigo. Para a análise, o pesquisador codifica as respostas de 1 (não se parece nada comigo) a 6 (se parece muito comigo).

O instrumento PVQ busca reduzir o nível de complexidade existente no SVS (PASQUALI; ALVES, 2004).

De acordo com Schwartz (2005b), os métodos PVQ e SVS diferem de maneira notável: (1) a forma de julgamento é diferente entre os métodos. No PVQ, o sujeito realiza um julgamento de similaridades, enquanto que, no SVS, o indivíduo tem de responder direta e conscientemente sobre os valores pessoais como princípios norteadores; 2) o estímulo no PVQ é a descrição dos objetivos e aspirações de pessoas; já para o SVS, o estímulo são termos abstratos, fora de contexto específico; (3) o SVS usa escalas numéricas de nove pontos, parcialmente rotuladas, incluindo números positivos e negativos; o PVQ utiliza seis opções rotuladas.

Apesar das diferenças entre os métodos de medição dos tipos de valores de Schwartz, tanto o SVS quanto o PVQ-40 e PVQ-21 medem o mesmo conteúdo motivacional de cada tipo (SCHWARTZ, 2005b; TAMAYO; PORTO, 2009; SAMBIASE-LOMBARDI *et al.*, 2010) e devem ser escolhidos conforme a adequação ao trabalho. Para jovens e grupos com baixa escolaridade e/ou aplicação por telefone, deve-se optar pelo PVQ; o SVS possibilita

uma base de comparação muito maior e os sujeitos sentem que é uma medida mais séria de valores.

O PVQ-21 foi desenvolvido por Schwartz (2003) como forma para medirem-se as orientações de valor entre nações e foi aplicado na ESS – *European Social Survey*. A ESS é uma pesquisa desenvolvida a cada dois anos em países europeus, para traçar e explicar as interações entre a mudança em instituições da Europa e as atitudes, crenças e padrões de comportamento de suas diversas populações ao longo do tempo (ESS, 2013). Este instrumento já foi traduzido e validado para o português (ALMEIDA; SOBRAL, 2009; CAMPOS; PORTO, 2010). No Quadro 10, pode-se verificar este instrumento.

**Quadro 10 - Escala PVQ 21**

Itens do Questionário		Valor Motivacional
1	Pensar em novas ideias e ser criativo, fazendo as coisas à minha maneira.	Autodeterminação
11	Tomar as minhas próprias decisões sobre o que faço, tendo liberdade para planejar e escolher as minhas ações.	
6	Fazer muitas coisas diferentes na vida e procurar sempre coisas novas para fazer.	Estimulação
15	Correr riscos e procurar sempre novas aventuras.	
10	Divertir-me sempre que posso, fazendo coisas que me dão prazer.	Hedonismo
21	Apreciar os prazeres da vida e cuidar bem de mim.	
4	Mostrar as minhas capacidades para que as pessoas possam admirar o que faço.	Realização
13	Ter sucesso e impressionar os outros.	
2	Ser rico, ter muito dinheiro e possuir bens valiosos.	Poder
17	Estar no comando e dizer às outras pessoas o que elas devem fazer, esperando que cumpram.	
5	Viver em um lugar seguro, evitando tudo o que possa colocar em risco a minha estabilidade.	Segurança
14	Defender que o país deva estar livre de ameaças internas e externas, protegendo a ordem social.	
7	Defender que as pessoas devem fazer o que lhes mandam, cumprindo as regras em todos os momentos, mesmo quando ninguém está observando.	Conformidade
16	Comportar-me sempre de maneira apropriada, evitando fazer coisas que os outros considerem errado.	
9	Não pedir mais do que se tem, acreditando que as pessoas devem viver satisfeitas com o que possuem.	Tradição
20	Respeitar a crença religiosa e cumprir os mandamentos da sua doutrina.	
12	Ajudar e zelar pelo bem-estar das pessoas que me rodeiam.	Benevolência
18	Ser leal aos amigos e dedicar-me às pessoas que me estão próximas.	
3	Defender que todas as pessoas, incluindo as que eu não conheço, devem ser tratadas com igualdade e justiça.	Universalismo
8	Escutar as pessoas que são diferentes de mim e, mesmo que não concorde com elas, procurar compreendê-las.	
19	Proteger e preservar a natureza.	

Fonte: Almeida e Sobral (2009)

Ainda, apresenta-se o Inventário Melhor-Pior dos Valores de Schwartz (*Schwartz Value Best-Worst Survey – SVBWS*), desenvolvido por Lee, Soutar & Louviere (2008). Este instrumento, criado como alternativa ao SVS e ao PVQ, pede aos respondentes que escolham o valor mais importante e o valor menos importante entre onze subconjuntos compostos pelos tipos de valores de Schwartz. Cada subconjunto contém seis tipos motivacionais, os quais são representados pelos três itens identificados em pesquisas prévias com maior confiabilidade entre as culturas. Os autores subdividem o valor “Universalismo” em dois: “Universalismo natural” (incluindo os valores de unidade com a natureza, proteção ao meio-ambiente e mundo de beleza) e “Universalismo social” (incluindo os itens de igualdade, mundo de paz e justiça social), totalizando, então onze tipos motivacionais diferentes. Com este desenho, o respondente visualiza cada tipo de valor seis vezes e cada par de valores três vezes (Figura 6).

**Figura 6 - Exemplo do Desenho Experimental do SVBWS**

Tipos de Valores do SVBWS	Subconjuntos										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Poder	0	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1
Realização	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	0
Hedonismo	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0
Estimulação	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0
Autodeterminação	0	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1
Universalismo natural	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	1
Benevolência	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1
Tradição	1	1	1	0	0	0	1		1	1	0
Conformidade	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1
Segurança	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1
Universalismo social	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0

Nota: SVBWS = Schwartz Value Best-Worst Survey (Inventário Melhor-Pior dos Valores de Schwartz)

Fonte: Baseado em Bardi *et al.* (2009)

Outro modo de acessar os valores dos indivíduos é através da técnica de *laddering*, desenvolvida por Gutman (1982). Esta técnica não usa um instrumento quantitativo, vale-se de entrevistas em profundidade, com a utilização do escalonamento das cadeias meios-fim (investigação de porquês). É empregada em pesquisas exploratórias, visando à identificação de atributos, consequências de uso e valores pessoais para um produto específico, com a formação de um mapa hierárquico de valores. “Se os profissionais de marketing desejam criar características que ofereçam valor aos clientes, é importante que eles identifiquem as ligações entre as características do produto/serviço, por um lado, e as necessidades e valores

fundamentais do cliente, por outro” (SHETH, MITTAL, NEWMAN, 2001, p. 346) e essas ligações são obtidas nas cadeias-meios-fim.

Destes diversos instrumentos e formas para medirem-se valores (RVS, VALS, LOV, SVS, PVQ-40, PVQ-21, SVBWS e *laddering*), verifica-se que o PVQ-21 é facilmente compreendido por pessoas de diferentes realidades culturais e é amplamente utilizado ao redor do mundo atualmente, pois permite a caracterização de um grupo, sem necessariamente focar em uma situação específica de compra. Por tanto, compreende-se que este é o instrumento mais adequado para atingir o objetivo desta pesquisa, que tem caráter amplo para a averiguação de possíveis mudanças de valores. No capítulo seguinte, apresenta-se o método a ser empregado e detalha-se a aplicação deste instrumento.

## 4 MÉTODO

Este capítulo apresenta o método e procedimentos adotados para atingir os objetivos desta pesquisa (verificar possíveis mudanças dos valores pessoais ao longo da vida).

Trata-se de uma pesquisa conclusiva descritiva (MALHOTRA, 2001), que visa à exposição de características de um grupo de pessoas (neste caso, visa à descrição da mudança de valores ao longo do ciclo de vida dos indivíduos). Este tipo de pesquisa exige uma especificação clara da população-alvo e da maneira como a pesquisa será aplicada (MALHOTRA, 2001).

Este foi um estudo transversal com abordagem histórico-longitudinal (DIAS; BECKER, 2010), baseado na aplicação de *survey* para a obtenção das informações, com questionário estruturado, para a comparação dos valores pessoais em dois períodos distantes do ciclo de vida: em torno dos 25 anos e em torno dos 60 anos<sup>3</sup>.

Nos subcapítulos seguintes, descrevem-se os procedimentos detalhadamente.

### 4.1 CONSTRUÇÃO DO INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Para responder ao objetivo geral desta pesquisa, o referencial teórico está baseado, principalmente, nos achados de Schwartz (1992; 2005b), o instrumento utilizado foi o PVQ-21 (ALMEIDA; SOBRAL, 2009) e o método foi adaptado a partir dos passos de Bardi *et al.* (2009). O questionário estruturado consta no Anexo 1.

O primeiro bloco do instrumento foi composto por questões que pudessem caracterizar o perfil do respondente e que, ao mesmo tempo, pudessem nutrir depois relações com possíveis mudanças de valores. Foram perguntados os seguintes pontos: data de nascimento, gênero, estado civil, naturalidade (cidade onde nasceu), ocupação atual (se já havia parado de trabalhar – aposentado ou não), profissão exercida na maior parte da vida, escolaridade, princípio religioso mais marcante na vida e cultura que mais influenciou a personalidade.

---

<sup>3</sup> Neste trabalho, serão compreendidas como sinônimas as seguintes expressões: “ao longo do ciclo de vida”, “em diferentes momentos da vida”, “em diferentes etapas da vida”, “aos 25 e aos 60 anos”, “em torno dos 25 anos e em torno dos 60 anos” – com o intuito de contrastar os diferentes momentos com a evolução da vida, evolução do ciclo de vida, da passagem do início da vida adulta para a chegada ao início da velhice.

No segundo bloco, averiguaram-se os valores pessoais das pessoas na sua idade atual (em torno dos 60 anos).

Para a avaliação dos valores e possíveis mudanças, a base teórica foi a estrutura integrada de tipos motivacionais de Schwartz (1992). O modelo circular (estrutura integrada) facilita a teorização e a formulação de hipóteses acerca das prioridades relacionadas a outras variáveis, isto é, permite o entendimento de quais tipos motivacionais correlacionam-se mais positivamente a dada variável e quais se relacionam mais negativamente ou são neutros. A estrutura de valores promove a interpretação das relações observadas (SCHWARTZ, 2005b).

Quanto ao instrumento para medirem-se os valores e possíveis mudanças, optou-se pela utilização do PVQ-21 (SCHWARTZ, 2003), escala já traduzida, adaptada e validada para o português (ALMEIDA; SOBRAL, 2009; CAMPOS; PORTO, 2010). Este instrumento tem menor complexidade que o SVS (outra forma de medir valores com o mesmo *background* teórico), é uma escala clara, de fácil entendimento por pessoas de diferentes realidades culturais. Este instrumento é amplamente utilizado em pesquisas (ALMEIDA; SOBRAL, 2009; MADURO-ABREU, 2010; BLACK, 2011; PINTO *et al.*, 2011; ESS, 2013).

De acordo com Schwartz (2005a), os itens que formam cada um dos 10 valores pessoais deveriam aparecer dispersos no instrumento para que se evite algum viés no instrumento. A ordem utilizada para as questões seguiu o modelo de Almeida e Sobral (2009).

Como o objetivo desta pesquisa é medir a mudança de valores ao longo da vida, desenvolveu-se uma estratégia para a coleta de dados referentes a ciclos anteriores de vida. Com base no referencial teórico, nota-se a importância de uma pesquisa longitudinal para a melhor compreensão das mudanças de valores intraindividuais (sem a utilização do comparativo entre coortes). Entretanto, um estudo assim torna-se inviável em função do tempo total do ciclo de vida das pessoas, do custo e da disponibilidade de uma pesquisa que avaliasse o comportamento humano por mais de 30 anos. Como alternativa a esse impasse, buscou-se uma opção viável que permitisse vasculhar os valores pessoais e mudanças ao longo da vida dos indivíduos, mostrando um cunho longitudinal sem de fato ser: a utilização da abordagem histórico-longitudinal (DIAS; BECKER, 2010). Nessa abordagem, retoma-se qualitativamente o histórico do que se está analisando (no caso da presente pesquisa, o ciclo de vida das pessoas). Na aplicação original de Dias e Becker (2010), busca-se resgatar o histórico de uma organização e combinar marcos históricos com dados atuais, através de entrevista com funcionários que remetem ao passado e cruzamentos com registros e documentos para justificar caminhos percorridos e decisões tomadas pela organização. De

acordo com os autores, a perspectiva histórico-longitudinal justifica-se pela necessidade de entender a ordem e a sequência de eventos ao longo do ciclo de vida (de uma organização) e também de entender se as mudanças no ciclo de vida foram contínuas, progressivas, automáticas ou se motivadas por eventos súbitos.

Nesta pesquisa, o enfoque foram as pessoas e não uma organização específica. Com o histórico contado pelo respondente (vida em torno dos 25 anos), retomou-se a escala de valores PVQ-21 e solicitou-se ao entrevistado que resgatasse o que era importante para ele no período referido.

A ideia de envolver a avaliação dos valores em dois tempos diferentes vem ao encontro da sugestão de Bardi *et al.* (2009), que comenta que estudos futuros avaliando a mudança de valores devem considerar uma amplitude maior do que dois anos (tempo máximo avaliado pelos autores). As idades pretendidas para a projeção são também icônicas no ciclo de vida das pessoas.

Cabe ressaltar que, no pré-teste aplicado em 15 pessoas, também se chegou a questionar os valores dos respondentes em torno dos 40 anos, objetivando-se formatar três grandes períodos da vida para contraste dos valores (25 anos – início da vida adulta, 40 anos – adulto, 60 anos – maturidade/início da velhice); contudo, observou-se que não havia grandes mudanças entre os 40 e os 60 anos, as pessoas já haviam conquistado certo grau de estabilidade profissional/financeira que era refletido igualmente no período mais maduro. Esta conclusão, originária tanto da pesquisa quantitativa, quanto das respostas da pergunta aberta e também das checagens sobre o instrumento junto aos respondentes pré-testados, levou à retirada da análise do período intermediário do ciclo de vida (40 anos), trabalhando-se, então, com os extremos para maior contraste.

Então, este terceiro bloco iniciava com a pesquisa histórico-longitudinal organizada na forma de perguntas abertas: Procure lembrar-se de como era a sua vida entre 20 e 30 anos, com média de 25 anos, quais eram suas atividades e experiências cotidianas nessa época? Como era sua vida afetiva? Como estava sua família (esposa, filhos, pais)? E a sua vida profissional? Quais eram suas preocupações nessa época? O que você já tinha conquistado? O que ainda batalhava para conseguir? Quais eram os seus prazeres? Como eram tomadas suas decisões de compra?

Essa etapa qualitativa teve como objetivo estimular a lembrança dos 25 anos, deixando ativo na mente do respondente o que ele fazia e como pensava nesse período, para que, no

bloco seguinte de questões, ele pudesse responder seus valores pessoais aos 25 anos, com certo grau de validade interna.

Aproveitando-se o resgate histórico, também se questionou o entrevistado sobre outros eventos e circunstâncias que tenham acontecido ao longo da sua vida. O objetivo desta grade de perguntas foi retomar os eventos e acontecimentos da escala de Holmes e Rahe (1967), utilizada por Bardi *et al.* (2009), mas não aplicá-los na forma da escala, pois objetivava-se medir o impacto de cada um na mudança de valor e não o impacto de um *score* proveniente da soma das ocorrências dos eventos (Bardi e seus colegas tinham utilizado a escala e não conseguiram correlacionar apropriadamente a mudança de valores com o total de eventos de *stress*, apenas para o valor “Tradição”). As questões não ficaram restritas à escala de Holmes e Rahe, somou-se a isso a busca por contemplar diferentes abordagens apresentadas no referencial teórico sobre o curso de vida (discussão sobre a complexidade de se definir apropriadamente a etapa do ciclo de vida das pessoas), procurou-se enumerar diferentes questões que levassem a uma visão holística (ou próxima) do processo de evolução da vida. Foram utilizadas questões sobre circunstâncias do estágio da família, histórico profissional e eventos do ciclo de vida pessoal: idade da saída da casa dos pais, idade do primeiro casamento, número de filhos e idade em que se teve cada filho, se houve separação/divórcio e a idade em que isso ocorreu, quantidade de novos casamentos e a idade em que ocorreram, idade em que o ninho ficou vazio (que todos os filhos saíram de casa), se já perdeu pelo menos um dos pais e que idade o respondente tinha quando isso aconteceu, se tem netos e a idade em que se tornou avo/avó, se ficou viúvo(a) e em que idade isso aconteceu, em que idade o entrevistado começou os estudos e em que idade terminou, com quanto anos começou a trabalhar, com que idade começou a exercer a profissão desenvolvida na maior parte da vida, se teve perda de emprego (ser demitido) e com quantos anos isso ocorreu, quantas mudanças de emprego houve durante a vida, se houve mudança na linha de trabalho, a idade em que se aposentou (se se aposentou), se o entrevistado foi preso, se já teve alguma doença física severa e a idade em que aconteceu e, por fim, se já teve alguma depressão ou outra doença psíquica e a idade de ocorrência da doença.

Finalizado esse bloco, retomou-se então a escala PVQ-21, a qual teve seu tempo verbal alterado para o passado, para que a pessoa pudesse responder apropriadamente à lembrança de sua vida em torno dos 25 anos. Cada um dos 21 itens sofreu adaptações verbais para que fizessem sentido ao respondente.

Por fim, o último bloco do questionário focou em questões para controle da validade interna dos dados, isto é, para checar se as respostas referentes aos valores pessoais na perspectiva histórica (em torno dos 25 anos) poderiam ser confiáveis ou não. Para tanto, perguntou-se quanto de esforço o entrevistado teve de fazer para retomar a lembrança do período do ciclo de vida indagado e quão nítida foi essa lembrança para responder a escala PVQ.

#### 4.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS PARA A COLETA DE DADOS

Para a coleta de dados, os critérios para seleção da amostra foram a conveniência (ou seja, é uma amostra não probabilística), a idade e lucidez: indivíduos com idade em torno dos 60 anos (pessoas que tivessem acima dos 50 anos foram entrevistadas e até 89 anos, mas preferia-se pessoas ao redor dos 60 anos). Por que pessoas que tivessem em torno de 60 anos? Porque, com essa idade, os entrevistados podem avaliar o hoje e o que já viveram, têm experiências que podem ocasionar mudanças (ou não) de valores – o que permite essa medição.

A amostra foi composta por 106 respondentes, que moravam em Porto Alegre, Grande Porto Alegre (Cachoeirinha, Canoas, Gravataí) ou em Caxias do Sul. De acordo com Hair *et al.* (2005), o pesquisador dificilmente consegue realizar uma análise multivariada com uma amostra com menos de 50 observações, e de preferência o tamanho da amostra deve ser maior ou igual a 100. Ressalta-se também que os autores que investigaram mudança dos valores pessoais intragrupo (BARDI *et al.*, 2009; MAIO *et al.*, 2009) trabalharam com amostras que variaram entre 58, 60, 112, 116, 119, 129, 135, 175 e 811 entrevistados – portanto, o tamanho da amostra utilizada mostra-se alinhado com análises anteriores realizadas.

A aplicação da pesquisa foi através de entrevista face a face, individuais e em sala em que não houvesse interferência, sendo que se levava em torno de 30 minutos para a finalização de todos os pontos. Preferiu-se utilizar esta técnica de coleta de dados em função dos estímulos necessários de serem aplicados nos entrevistados para que se pudessem resgatar os valores relacionados ao ciclo de vida passado. O áudio das entrevistas foi gravado com o consentimento dos entrevistados, que não foram identificados por nome.

#### 4.3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS PARA A ANÁLISE DOS DADOS

Para as manipulações estatísticas, utilizaram-se os softwares IBM *Statistical Package for Social Sciences 21 (SPSS)* e Excel. Os dados foram digitados no Excel e importados para o SPSS.

Para as análises univariadas, trabalhou-se com frequências absolutas e relativas, média e desvio-padrão.

Para checar a normalidade da distribuição dos dados, fator necessário para a análise multivariada, utilizou-se o teste de Kolmogorov-Smirnov, que é um dos mais utilizados para testar-se a normalidade; ele calcula o nível de significância para as diferenças em relação a uma distribuição normal (HAIR *et al.*, 2005). Significância menor do que 0,05 indica que os dados tendem à distribuição normal.

O passo seguinte foi o cálculo do *alpha* de Cronbach para testar a confiabilidade. A confiabilidade é uma avaliação do grau de consistência interna entre as variáveis de uma escala múltipla, sendo que a consistência interna verifica se os itens individuais da escala estão medindo o mesmo constructo e, assim, são altamente intercorrelacionados (HAIR *et al.*, 2005). O alfa de Cronbach é a medida mais amplamente usada e o limite para pesquisas exploratórias é de 0,60 (idem).

Para avaliar-se a existência de diferenças na importância dos valores pessoais nas diferentes etapas da vida dos indivíduos, isto é, se há mudança dos valores pessoais e se essa diferença entre as médias é estatisticamente significativa entre períodos avaliados (como BARDI *et al.*, 2009), utilizando-se o teste comparativo entre médias ANOVA.

A análise de variância (*Analysis of Variance – ANOVA*) é uma análise multivariada que faz múltiplas comparações de grupos de tratamento, permitindo o comparativo das médias amostrais desses diferentes grupos e variáveis (HAIR *et al.*, 2005). Esta análise pode ser usada como uma ferramenta exploratória para explicar observações.

A lógica de um teste ANOVA é simples. Como o nome “análise de variância” sugere, duas estimativas independentes da variância para a variável dependente são comparadas, uma que reflete a variabilidade geral de respondentes dentro dos grupos ( $MS_w$ ) e outra que representa as diferenças entre grupos atribuíveis aos efeitos de tratamento ( $MS_b$ ) [HAIR *et al.*, 2005, p. 275].

Desse modo, o teste do comparativo de médias ANOVA estima a variabilidade média aleatória dos respondentes sobre a variável dependente dentro de um grupo ( $MS_w$  – *Mean Square Within*) e baseia-se em desvios de escores individuais a partir de suas respectivas médias de grupos. A segunda estimativa de variância é entre os dois grupos avaliados ( $MS_b$  – *Mean Square Between*), na qual se verifica a variabilidade das médias de grupos de tratamento sobre a variável dependente, tendo como base os desvios de médias de grupos a partir da média geral de todos os escores (HAIR *et al.*, 2005). A estatística  $F$  é a razão entre  $MS_b$  e  $MS_w$  e representa a medida de quanta variância é atribuível aos diferentes grupos *versus* a variância esperada a partir das amostras. Como as diferenças de grupos tendem a aumentar  $MS_w$ , grandes valores da estatística  $F$  levam à rejeição da hipótese nula de inexistência de diferença entre médias de grupos (*idem*).

Para sua interpretação, trabalha-se com valor  $F$  maior do que 3,26 com nível de significância menor do que 5% (0,05), o que indica que existe diferença entre as médias dos blocos (VIEIRA, 2006). A hipótese nula  $H_0$  alega a igualdade de determinado parâmetro; a hipótese alternativa  $H_1$  alega a desigualdade de um determinado parâmetro, isto é, que há diferenças entre os grupos (BRUNI, 2011).

Complementar à ANOVA, utiliza-se o Teste de Levene, que serve para verificar se há homogeneidade da variância (também chamada de homocedasticidade) para uma variável calculada para dois ou mais grupos de amostra, isto é, para verificar se há homogeneidade na dispersão dos valores, homogeneidade na forma como a variável se comporta entre os grupos avaliados (ALMEIDA; ELIAN; NOBRE, 2008). A análise de variância (ANOVA) assume que os desvios-padrões (ou a variância) dos dois grupos sejam iguais e o Teste de Levene verifica essa condição; para que ocorra a homogeneidade entre os grupos analisados, o teste deve ser significativo (0.01, 0.05 ou 0.10), indicando que há igualdade entre as variâncias das médias dos dois agrupamentos (*idem*). Este teste é relativamente insensível a desvios da normalidade.

Para elaborar-se uma ANOVA, os valores amostrais devem tender a uma distribuição normal (DANCEY; REIDY, 2013).

Este processo de análise foi replicado para cada um dos dez tipos de valores pessoais.

Para compararem-se as proximidades/relacionamentos dos valores pessoais entre os diferentes momentos da vida, observou-se e comparou-se a estrutura/organização/lógica dos valores percebidos entre os diferentes períodos do ciclo de vida (25 e 60 anos). Para tanto, optou-se por utilizar uma técnica exploratória multivariada de análise de dados. Neste caso,

utilizou-se o escalonamento multidimensional (EMD), do inglês *Multidimensional Scaling* (MDS), também conhecido como “mapeamento perceptual” ou “mapa de percepção”.

O escalonamento multidimensional permite representar, em um sistema dimensional reduzido, as proximidades (semelhanças/dessemelhanças) entre sujeitos ou objetos/variáveis (este segundo é o caso desta pesquisa), a partir de um conjunto de atributos multivariados medidos ou percebidos (MARÔCO, 2011). Esta técnica de análise explicita a estrutura dos dados de julgamento de maneira gráfica espacial, permitindo a identificação de dimensões latentes na percepção sobre proximidades entre atributos e o seu posicionamento em um mapa perceptual (idem). No EMD, as semelhanças e dessemelhanças entre as variáveis refletem-se como distâncias entre pontos, de modo que variáveis semelhantes são agrupadas, enquanto as diferentes encontram-se distantes no espaço multidimensional (BILSKY, 2003). O *output* do EMD assume a forma de um conjunto de gráficos de dispersão ("mapas de percepção"), em que os eixos são as dimensões subjacentes e os pontos são os produtos, os candidatos, opiniões ou outros objetos de comparação (GARSON, 2012). Esta análise é frequentemente utilizada em pesquisas de Marketing e de Psicologia do Consumidor (MARÔCO, 2011).

Para medir-se a distância entre os pontos tendo-se em vista a escala quantitativa utilizada, optou-se pela distância Euclidiana, que é a mais frequente em aplicações de EMD (MARÔCO, 2011). A distância euclidiana é baseada em uma medida entre os objetos dentro de um sistema de coordenadas cartesianas (gráfico bidimensional).

Ainda, no EMD, há dois tipos de algoritmos utilizados para a obtenção do mapa perceptual/quantificação dos julgamentos de similaridade: ALSCAL (do inglês *Alternating Least Squares Scaling*) e PROXSCAL (do inglês *Proximity Scaling*). Embora este segundo algoritmo venha sendo preferido recentemente, optou-se por manter a análise multidimensional a partir do ALSCAL, que ressalta a importância e agrupa mais as dessemelhanças (MARÔCO, 2011; HOUT; PAPESH; GOLDINGER, 2013) – objetivo deste trabalho, que é encontrar possíveis mudanças na hierarquia de valores ao longo da vida. O algoritmo ALSCAL é mais eficiente com medidas de dessemelhanças/distâncias do que com medidas de semelhanças/proximidades (GARSON, 2012).

Para a interpretação do ALSCAL, verificam-se alguns critérios para avaliação:

- a) STRESS, que avalia a medida de ajuste dos modelos EMD, para o que quanto menor o STRESS, melhor o ajuste. STRESS mede a diferença entre as distâncias entre os pontos no espaço computadorizado no EMD e as distâncias correspondentes reais (GARSON, 2012). Valores elevados de STRESS podem

refletir erros de medição (idem). Há dois tipos: Young's S-STRESS, baseado nas distâncias quadradas, e Kruskal's STRESS (também chamado de STRESS-I ou somente STRESS), baseado nas distâncias. O software de análise estatística SPSS gera os dois tipos, mas utiliza o S-STRESS como critério para parar as iterações (GARSON, 2012). Quando a redução do S-STRESS é inferior a 0,001, as iterações são interrompidas e são calculadas as medidas de STRESS. Os valores de STRESS podem localizar-se em um intervalo entre 0 e 1, com valores próximos a zero representando um melhor ajuste (DAVID; PAIXÃO; SILVA, 2009). De acordo com Marôco (2011), a qualidade da solicitação de EMD pode ser classificada da seguinte forma:

**Quadro 11 - Classificação do EMD quanto ao Nível de STRESS**

STRESS-I	Qualidade da Solução de EMD
$\geq 0,2$	Pobre
$[0,1; 0,2[$	Razoável
$[0,05; 0,1[$	Boa
$[0,025; 0,05[$	Excelente
0	Perfeita

Fonte: Marôco (2011, p. 579)

- b)  $R^2$  ou RSQ, que é a correlação ao quadrado das distâncias de entrada com as distâncias escaladas nas dimensões computacionais usando as coordenadas do EMD, isto é, reflete a proporção da variância dos dados de distância entrados explicados pelos dados da escala do modelo (GARSON, 2012). Quanto maior o valor, maior proporção da variância das disparidades é explicada pelo EMD, maior o ajuste; medidas de 0,60 ou melhores são consideradas aceitáveis (HAIR *et al.*, 2005).

As dimensões resultantes no mapa do EMD devem ser intuídas pelo alinhamento dos pontos (GARSON, 2012). O pesquisador deve olhar para os *clusters* de pontos, indicando um conjunto de objetos similares.

A análise multidimensional ainda gera um diagrama de dispersão de ajuste linear (também conhecido como Diagrama de Shepard) que indica se o modelo EMD está adequado. Esse diagrama exhibe distâncias no eixo Y e disparidades no eixo X (GARSON, 2012). Distâncias são as distâncias originais para quaisquer dois pontos na matriz de entrada; disparidades [(des-)semelhança] são as distâncias de entrada transformadas em distância de

dois pontos no espaço EMD (mapa perceptual) criado pelas duas dimensões (*idem*). Como trabalham em pares, quanto mais linear for a diagonal (crescente ou decrescente, sem interrupções/descontinuidades), melhor é o ajuste do modelo multidimensional (BILSKY, 2003).

Bardi *et al.* (2009) utilizaram o EMD para comparar a similaridade da estrutura da mudança dos valores (delta de variação) com a estrutura teórica. Nesta pesquisa, preferiu-se a comparação das médias de cada período com a estrutura teórica e a comparação entre os períodos analisados.

Por fim, para examinarem-se quais eventos da vida e características dos indivíduos contribuem para a mudança de valores pessoais ao longo do ciclo, optou-se por utilizar novamente o método comparativo de médias (ANOVA).

Para tanto, calculou-se a variação absoluta de mudança dos valores (delta de mudança de valores), subtraindo-se da média de cada um dos 10 tipos de valores pessoais aos 60 anos a média aos 25 anos. Também se elaborou o delta total de mudança de valor, como sendo a média das mudanças dos 10 tipos motivacionais (seguindo a indicação de Bardi *et al.* 2009). Esses deltas foram contrastados a grupos diferentes de eventos da vida, considerando-se os seguintes eventos: gênero, estado civil, naturalidade (nasceu no interior ou na região metropolitana), profissão exercida na maior parte da vida, nível de escolaridade, religião, cultura que mais influenciou a personalidade, quantidade de filhos, ser avô/avó, perda de um dos pais, idade em que se teve o primeiro emprego, idade que começou a exercer a profissão que mais desenvolveu ao longo da vida, quantidade de empregos que teve ao longo da vida e ocorrência de uma doença grave (física ou mental).

Bardi *et al.* (2009) relacionaram o *score* (tempo 2 – tempo 1) da mudança com o *score* obtido na escala de Holmes e Rahe (eventos de *stress*) através de correlação. Nesta pesquisa, optou-se por investigar a correlação de cada um dos evento/circunstâncias da vida, para tentar identificar qual ocasião pode gerar uma maior ou menor mudança e não apenas o total de eventos explicando o total de mudança.

Estes procedimentos visam à avaliação da mudança dos valores ao longo da vida das pessoas e à compreensão da influência dos dados sócio-demográficos e dos eventos que geram mudanças na vida neste processo.

## 5 ANÁLISE DE DADOS

Neste capítulo, são apresentadas as análises dos dados quantitativos obtidos nas entrevistas, buscando responder aos objetivos da pesquisa. Primeiramente, descreve-se o perfil da amostra; em seguida, comparam-se os resultados das médias de valores aos 25 e aos 60 anos através da técnica de análise de escalonamento multidimensional (análise exploratória); no terceiro subcapítulo, trabalham-se os dados em uma perspectiva multivariada com a análise de variância (ANOVA) para compararem-se as variações das médias de importância dos valores pessoais nos dois períodos avaliados (25 e 60 anos) [análise confirmatória]; por fim, é elaborada uma análise de variância para comparar se os eventos da vida e características de perfil impactam na mudança dos valores pessoais ao longo do ciclo de vida.

### 5.1 PERFIL DESCRITIVO DA AMOSTRA

Para caracterizar-se a amostra, foram verificadas as respostas dos 106 entrevistados (número total de respondentes) escolhidos por conveniência. Neste subcapítulo, apresentam-se os resultados das variáveis sócio-demográficas.

A idade mínima da amostra foi de 50 anos e a máxima foi de 89 anos, tendo a média etária ficado em 58,90 anos (58 anos e 11 meses) e o desvio-padrão em 6,8 anos (conforme Tabela 1). Este dado está alinhado ao proposto inicialmente nesta pesquisa, que tinha o intuito de entrevistar pessoas que estivessem com idade ao redor de 60 anos.

**Tabela 1 - Descrição da Idade dos Respondentes**

	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio padrão
Idade	106	50	89	58,90	6,800
N válido (de lista)	106				

Fonte: Dados da pesquisa

Em relação ao gênero, 57,5% dos participantes (61 respondentes) eram do sexo feminino e 42,5% do sexo masculino (45 respondentes), conforme a Figura 7. Segundo dados

do IBGE (2010), neste conjunto de faixas etárias da pesquisa, mulheres correspondem a 54% da população e homens a 46%; portanto, a amostra entrevistada, mesmo tendo sido escolhida por conveniência, praticamente corresponde à realidade brasileira.

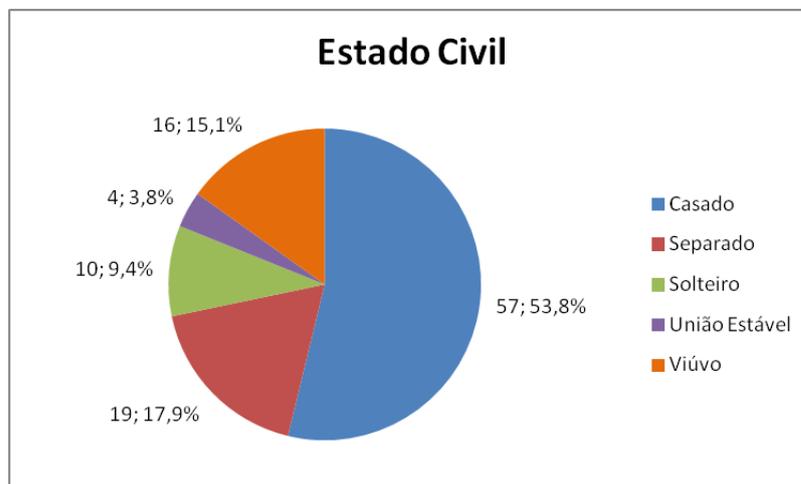
**Figura 7 - Gênero dos Respondentes**



Fonte: Dados da pesquisa

Em relação ao estado civil, 53,8% dos respondentes eram casados (57 participantes), 17,9% eram separados e 15,1% viúvos, conforme a Figura 8.

**Figura 8 - Estado Civil dos Respondentes**



Fonte: Dados da pesquisa

Em relação à região em que nasceu, 92 participantes são do Rio Grande do Sul, 6 são de Santa Catarina, 1 de Alagoas, 1 do Espírito Santo, 1 de Minas Gerais, 1 do Pará, 1 do Paraná, 1 do Rio de Janeiro e 2 são estrangeiros, do Uruguai.

Referindo-se à cidade de origem, 35,8% dos respondentes (38 pessoas) nasceram em regiões metropolitanas e 64,2% (68 pessoas) nasceram em cidades do interior do país. A relação completa das cidades dos respondentes pode ser conferida no Anexo 2.

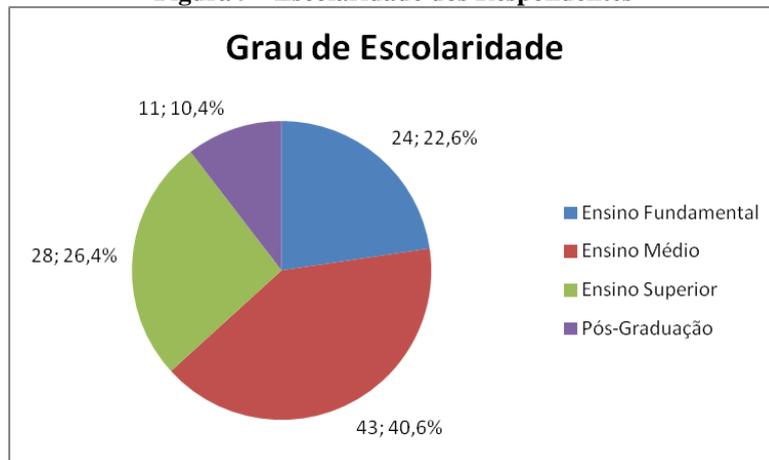
Atualmente, 101 pessoas moram na região metropolitana de Porto Alegre e 5 moram em Caxias do Sul.

Os participantes também foram questionados quanto à sua ocupação atual, sendo que 76 responderam que continuam trabalhando (71,7% da amostra) e 30 já estão aposentados (28,3%), tendo parado de trabalhar definitivamente com idade média de 58,1 anos.

Quanto à profissão exercida na maior parte da vida, as respostas dos entrevistados podem ser divididas nas seguintes categorias: profissões geralmente associadas a pessoas que possuem o ensino superior (tais como Administrador, Analista de Sistemas, Contador, Engenheiro, Professor, Psicólogo, Publicitário e outras), profissões geralmente associadas a pessoas que possuem o ensino médio (como Bancário, Comerciante, Eletrotécnico, Secretária, Técnico Administrativo, Vendedor e outras) e profissões geralmente associadas a pessoas que possuem apenas o ensino fundamental (por exemplo, auxiliar de serviços gerais, cabeleireira, costureira, dona de casa, mecânico, motorista, pintor, vigilante, zelador e outras). O grupo com profissões de ensino superior representou 21,7% da amostra (23 respondentes); 45,3% dos entrevistados tinham profissões do grupo de ensino médio (48 observações); as profissões de ensino fundamental representaram 33% (35 respostas).

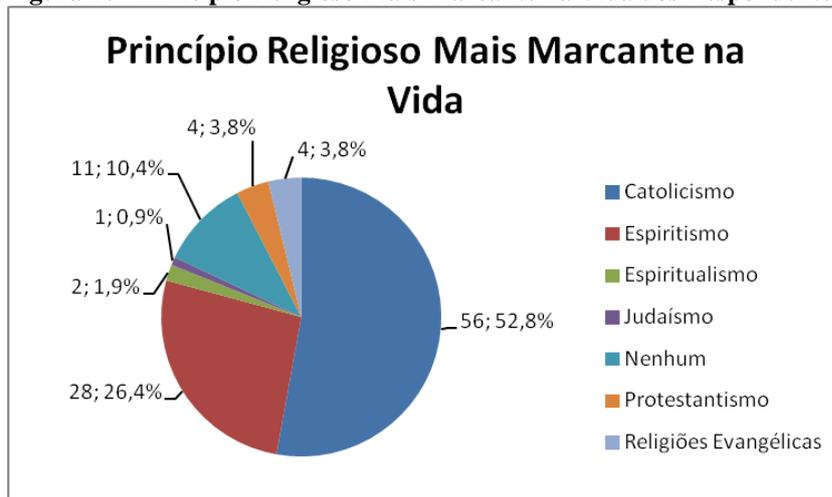
45% da amostra entrevistada (48 respondentes) atuava em uma organização não-governamental (ONG) espírita, ligada ao trabalho voluntário.

O nível de escolaridade da amostra pode ser dividido do seguinte modo: 22,6% dos respondentes tinham apenas o ensino fundamental, 40,6% tinham ensino médio, 26,4% ensino superior e 10,4% pós-graduação, conforme gráfico da Figura 9.

**Figura 9 - Escolaridade dos Respondentes**

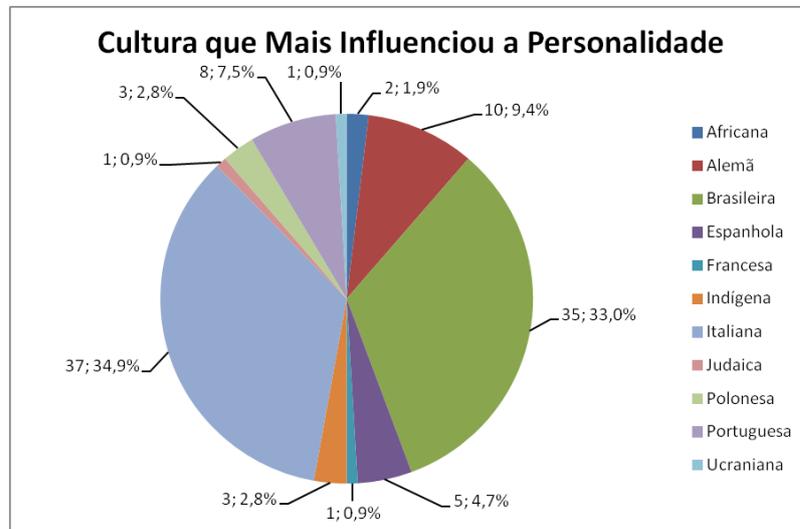
Fonte: Dados da pesquisa

Aos entrevistados, também foi solicitado que indicassem o princípio religioso mais marcante na vida, para o que se observa: 10,4% da amostra respondeu não ter nenhum princípio religioso marcante, 52,8% afirma que o catolicismo foi o mais marcante e 28% identifica como sendo o espiritismo o princípio religioso mais influente na sua vida, de acordo com a Figura 10.

**Figura 10 - Princípio Religioso Mais Marcante na Vida dos Respondentes**

Fonte: Dados da pesquisa

Quando questionados sobre qual cultura mais influenciou a sua personalidade, ressalta-se que 34,9% dos entrevistados indicaram que a cultura italiana foi a que mais influenciou, 33% entendem que a cultura brasileira foi a mais influente e 9,4% tiveram a influência predominante da cultura alemã (Figura 11).

**Figura 11 - Cultura Que Mais Influenciou a Personalidade**

Fonte: Dados da pesquisa

Nesta amostra, a idade média da saída da casa dos pais foi de 20,5 anos, sendo a idade mínima 9 e a máxima 43. A média da idade em que os respondentes casaram foi de 23,5 anos (99 pessoas – 93,4% da amostra – casaram ou tiveram uma relação estável ao menos uma vez na vida). Entre os 92 respondentes que foram pais, a média de filhos foi de 2,55 (mínimo 1 e máximo 6). 14 pessoas (13,2%) nunca tiveram filhos. A idade média para ter o primeiro filho foi de 25,6 anos.

40 entrevistados (37,7% da amostra) tiveram pelo menos uma e no máximo três separações de cônjuge ao longo da vida. 27 pessoas (25,5%) tiveram pelo menos um novo casamento (até três novos casamentos).

50 entrevistados já são avós, sendo que idade média em que teve o primeiro neto foi de 49,7 anos e a média de netos, para estas pessoas, foi de 2,6 netos (mínimo de 1 e máximo de 10 netos).

Entre os 17 respondentes que indicaram ter ficado viúvo pelo menos uma vez na vida, a idade média de perda do cônjuge foi de 44,5 anos. Ainda nas perdas, 95 pessoas (89,6% da amostra) indicaram já ter perdido pelo menos um dos pais, sendo que tinham, em média, 33,5 anos quando houve esse primeiro falecimento.

A média de início dos estudos foi de 6,8 anos (início do ensino fundamental) e a idade média em que os estudos foram finalizados foi de 25,4 anos.

O primeiro emprego foi iniciado com a idade média de 17,4 anos e a idade média em que foi iniciada a profissão exercida na maior parte da vida foi de 23,0 anos.

33 pessoas (31,13% da amostra) afirmaram já ter perdido pelo menos uma vez na vida o emprego (e no máximo 3). Os entrevistados mudaram de emprego, em média, 2,8 vezes (mínimo de 0 e máximo de 16 mudanças), incluindo a mudança ocasionada pela perda de emprego. 56 respondentes (52,8% do total) indicaram que mudaram de linha de trabalho pelo menos uma vez na vida (e no máximo 4).

37 entrevistados (34,9% do total) indicaram já ter tido uma doença física grave que impactou a sua vida e essa doença ocorreu quando se tinha, em média, 48,6 anos. 20 pessoas (18,9%) afirmaram já ter tido depressão grave na vida e que essa doença ocorreu, em média, aos 44,3 anos.

Para finalizar-se a descrição do perfil do respondente, discutem-se os resultados das duas questões elaboradas para controle, onde se buscou verificar a veracidade/autenticidade das respostas relacionadas ao período longínquo já vivido (lembranças da vida em torno dos 25 anos). Para tanto, foi perguntado ao entrevistado quanto de esforço ele teve que fazer para lembrar-se da sua vida em torno dos 25 anos; a média para esta pergunta foi de 1,93 (desvio-padrão de 1,12), indicando relativo baixo esforço para a lembrança. Ainda complementando este controle, questionou-se o grau de nitidez da lembrança dessa época da vida para responder à escala de valores e a média foi de 4,48, (desvio-padrão de 0,69) sugerindo uma média relativamente alta da nitidez da lembrança (e baixa variabilidade). Estes dados representam certa validade interna dos dados.

### **5.1.1 Normalidade da Amostra**

Com o intuito de demonstrar rigor metodológico, apresenta-se também análise sobre a normalidade da distribuição dos dados, pré-requisito para uma análise multivariada. Utilizaram-se as médias finais dos dez valores pessoais nos dois períodos analisados (10 variáveis dos 25 e 10 variáveis dos 60 anos) para o teste estatístico de Kolmogorov-Smirnov. Desse grupo de 20 variáveis avaliadas, apenas três (“Estimulação aos 25 anos”, “Tradição aos 25 anos” e “Poder aos 60 anos”) não apresentaram significância para a normalidade, isto é, apresentaram significância maior do 0,05. Portanto, considerando-se o conjunto, essa distribuição tende à normalidade e nenhuma variável foi descartada. O Anexo 3 apresenta estes índices para a Escala de Valores.

### 5.1.2 Confiabilidade dos Dados

Antes de processar-se a análise multivariada, os dados coletados sobre valores pessoais (PVQ-21 aos 25 anos e aos 60 anos) foram submetidos ao teste do coeficiente de confiabilidade alfa de Cronbach, cujo resultado foi de 0,74, indicando nível aceitável de confiabilidade, de acordo com Hair *et al.* (2005), para o conjunto de dados. Para o PVQ-21 aos 25 anos, o valor foi de 0,64 e para os 60 anos foi de 0,59. Por ser uma escala já validada e amplamente utilizada, não foi necessário o cálculo deste indicador por valor/constructo.

## 5.2 HIERARQUIA DOS VALORES PESSOAIS NOS DIFERENTES PERÍODOS DO CICLO DE VIDA

Neste subcapítulo, comparam-se a ordem prioritária (escala ordinal para as médias mais altas) dos valores pessoais nos dois períodos analisados (25 anos e 60 anos). As Tabelas 2 e 3 estão organizadas em ordem decrescente de médias. A média final dos valores é a média obtida entre os itens que formam cada constructo. A ordem dos itens do questionário segue a sugestão de Almeida e Sobral (2009). Para esta análise, modificou-se a escala medida de intervalar para ordinal, utilizando-se a média como critério para classificação (da maior para a menor).

Tabela 2 - Hierarquia dos Valores Pessoais aos 25 Anos e aos 60 Anos

## Estatísticas Descritivas dos Valores

	Valores aos 25 Anos								Valores aos 60 Anos							
	Valor Motivacional	Média Final	Desvio padrão	Item	N	Média	Desvio padrão		Valor Motivacional	Média Final	Desvio padrão	Item	N	Média	Desvio padrão	
1	Benevolência 25	4,63	0,57	25 Benevolência (1)	106	4,48	0,907		1	Benevolência 60	4,93	,29	60 Benevolência (1)	106	4,86	,350
				25 Benevolência (2)	106	4,79	0,597						60 Benevolência (2)	106	4,93	,285
2	Hedonismo 25	4,37	0,77	25 Hedonismo (1)	106	4,48	0,796		2	Universalismo 60	4,72	,44	60 Universalismo (1)	106	4,82	,549
				25 Hedonismo (2)	106	4,26	0,998						60 Universalismo (2)	106	4,58	,768
3	Universalismo 25	4,30	,80	25 Universalismo (1)	106	4,61	,900		3	Autodeterminação 60	4,51	,61	60 Universalismo (3)	106	4,77	,590
				25 Universalismo (2)	106	4,08	1,196						60 Autodeterminação (1)	106	4,32	,879
				25 Universalismo (3)	106	4,20	1,055						60 Autodeterminação (2)	106	4,71	,661
4	Autodeterminação 25	4,24	0,86	25 Autodeterminação (1)	106	4,12	1,066		4	Hedonismo 60	4,48	,62	60 Hedonismo (1)	106	4,42	,827
				25 Autodeterminação (2)	106	4,36	1,088						60 Hedonismo (2)	106	4,54	,692
5	Segurança 25	4,05	1,11	25 Segurança (1)	106	4,05	1,417		5	Segurança 60	4,43	,83	60 Segurança (1)	106	4,47	1,053
				25 Segurança (2)	106	4,06	1,248						60 Segurança (2)	106	4,39	1,010
6	Conformidade 25	3,59	1,00	25 Conformidade (1)	106	3,59	1,256		6	Tradição 60	3,73	,97	60 Tradição (1)	106	3,19	1,332
				25 Conformidade (2)	106	3,59	1,248						60 Tradição (2)	106	4,27	1,109
7	Tradição 25	3,38	1,03	25 Tradição (1)	106	2,95	1,275		7	Conformidade 60	3,64	,87	60 Conformidade (1)	106	3,61	1,168
				25 Tradição (2)	106	3,80	1,369						60 Conformidade (2)	106	3,66	1,186
8	Estimulação 25	3,35	1,05	25 Estimulação (1)	106	3,92	1,061		8	Estimulação 60	3,03	,88	60 Estimulação (1)	106	3,90	1,014
				25 Estimulação (2)	106	2,79	1,529						60 Estimulação (2)	106	2,26	1,469
9	Realização 25	2,94	1,29	25 Realização (1)	106	3,12	1,412		9	Realização 60	2,65	1,22	60 Realização (1)	106	2,92	1,455
				25 Realização (2)	106	2,75	1,420						60 Realização (2)	106	2,39	1,200
10	Poder 25	2,83	1,21	25 Poder (1)	106	2,90	1,460		10	Poder 60	2,56	,96	60 Poder (1)	106	2,16	1,188
				25 Poder (2)	106	2,76	1,391						60 Poder (2)	106	2,96	1,386
				N válido (de lista)	106								N válido (de lista)	106		

Fonte: Dados da pesquisa

A partir da Tabela 2, identificam-se poucas mudanças na hierarquia dos valores entre os dois períodos analisados:

- “Benevolência” é o valor mais importante nos dois períodos (primeira colocação, com a média mais alta);
- “Hedonismo” é o segundo valor mais importante aos 25 anos e passa a ocupar a quarta posição hierárquica aos 60 anos;
- Aos 60 anos, na segunda posição está o valor “Universalismo” (que aos 25 anos estava na terceira posição) e na terceira está a “Autodeterminação” (que aos 25 anos estava na quarta posição);
- “Segurança” aparece na quinta posição em ambos os momentos da vida;
- “Conformidade” e “Tradição” invertem a posição de um momento para o outro. Nos 25 anos, “Conformidade” ocupa a sexta posição e “Tradição” a sétima. Aos 60 anos, “Tradição” passa a ser mais importante;
- “Estimulação”, “Realização” e “Poder” ocupam as mesmas posições na ordem de preferência nos dois períodos analisados, sendo que “Poder” é o valor com menor importância (menor média).

### 5.3 COMPARAÇÃO ENTRE AS MÉDIAS DE IMPORTÂNCIA DOS VALORES NOS DIFERENTES PERÍODOS DO CICLO DE VIDA

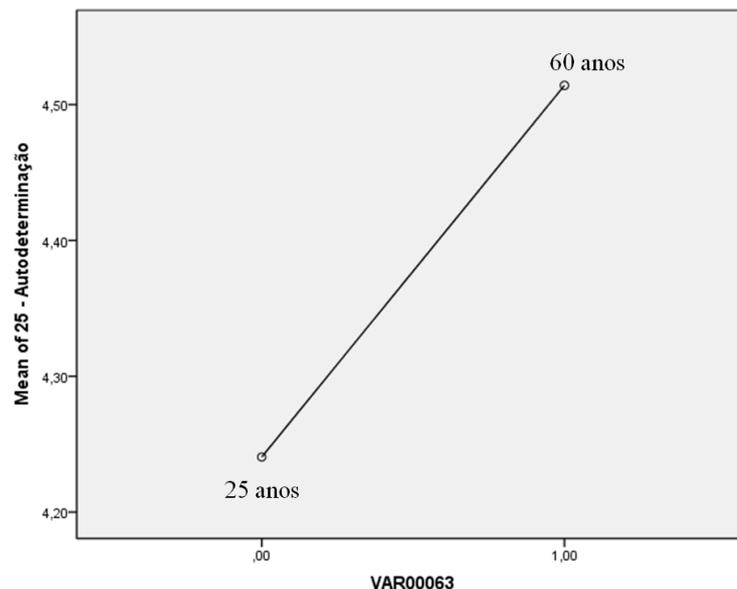
Neste subcapítulo, para identificar-se se há mudança no nível médio de importância de cada um dos valores pessoais entre os dois períodos aferidos (tipo de mudança salientado por Bardi *et al.*, 2009), será apresentada uma análise de variância (ANOVA) para cada constructo sugerido por Schwartz (1992): autodeterminação, estimulação, hedonismo, realização, poder, segurança, conformidade, tradição, benevolência e universalismo. Esta é uma análise confirmatória para checar a relevância estatística das possíveis mudanças.

### 5.3.1 Autodeterminação

As variáveis questionadas aos respondentes “Pensar em novas ideias e ser criativo, fazendo as coisas à minha maneira” e “Tomar as minhas próprias decisões sobre o que faço, tendo liberdade para planejar e escolher as minhas ações”, que formam o constructo “Autodeterminação”, tiveram médias respectivamente iguais a 4,12 e 4,36 na medição dos valores em torno dos 25 anos e médias respectivamente iguais a 4,32 e 4,71 na medição em torno dos 60 anos. O respectivo desvio-padrão de cada medida foi: 1,07 e 1,09 (para valores pessoais em torno de 25 anos) e 0,88 e 0,66 (para valores em torno de 60 anos), o que indica uma baixa variância, especialmente na idade mais madura, indicando que os dados concentram-se mais em torno da média. Nas Tabelas 4 e 5, podem ser retomados, em conjunto, as médias e desvios por variável em cada período.

Estas duas variáveis observáveis em conjunto, expressando o fator “Autodeterminação”, geraram média de 4,24 e desvio-padrão de 0,86 para valores aos 25 anos e média de 4,51 e desvio-padrão de 0,61 para valores aos 60 anos, o que repete a indicação de menor variância do valor “Autodeterminação” na maturidade. Este acréscimo de importância pode ser conferido no gráfico de plotagem apresentado na Figura 12.

**Figura 12 - Médias do Valor "Autodeterminação"**



Fonte: Dados da pesquisa

No que tange à análise de variância ANOVA, que indica se há realmente uma possível diferença entre os agrupamentos, constatou-se que, com um  $F$  de 7,13 e significância de 0,008, ou seja, menor do que 5%, existe diferença entre as médias dos períodos de 25 e 60 anos relativas ao valor pessoal “Autodeterminação”. Isto implica dizer que se confirma a diferença entre as médias, isto é, que este valor passa a ter maior importância ao longo da vida (pelo menos dentro da amostra entrevistada). A Tabela 3 apresenta as médias deste constructo.

**Tabela 3 - Análise de Variância ANOVA para Autodeterminação**

Autodeterminação	N	$\mu$	$\sigma$	I.C. 95% para Média		Variância Entre Componentes	Anova		Teste de Levene
				Limite Inferior	Limite Superior		F	Sig	Sig.
25 anos	106	4,24	0,86	4,08	4,41				
60 anos	106	4,51	0,61	4,40	4,63				
Total	212	4,38	0,76	4,27	4,48	0,032	7,13	0,008	0,002

Fonte: Dados da pesquisa

Onde:

N = número de respondentes

$\mu$  = média

$\sigma$  = desvio padrão

I.C. = Intervalo de Confiança

Sig = Significância

Como observado na Tabela 3, o Teste de Levene teve valor de 0,002, indicando que as amostras tendem à homogeneidade. Por ser um valor baixo, isto também pode indicar que os dados tendem a uma distribuição normal.

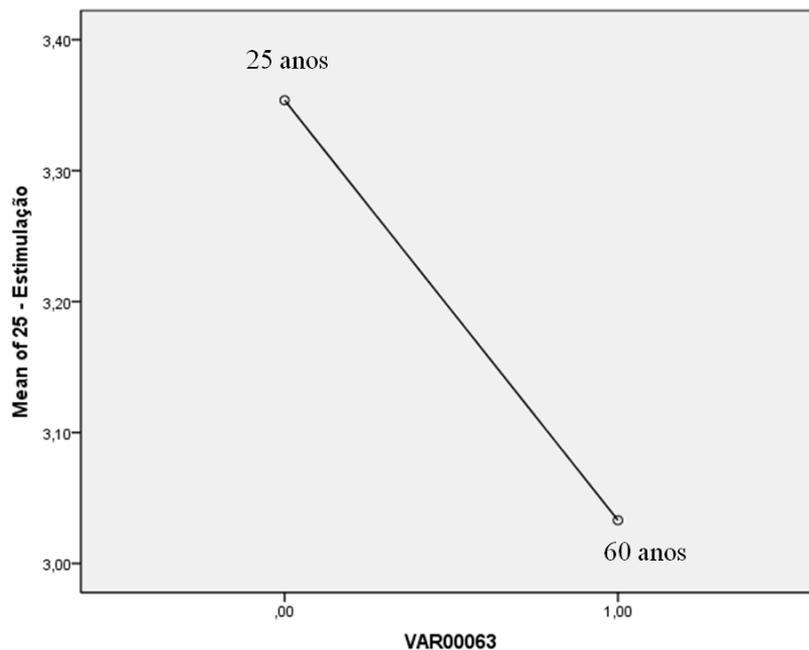
Contudo, este crescimento da importância da “Autodeterminação” diverge do previamente apontado por Schwartz (1992), para quem este valor decresceria com a idade, em função de que valores relacionados à “Abertura à Mudança” seriam menos importantes com a idade.

### 5.3.2 Estimulação

As variáveis observáveis que compõem a variável latente “Estimulação” são “Fazer muitas coisas diferentes na vida e procurar sempre coisas novas para fazer” e “Correr riscos e procurar sempre novas aventuras”. Essas variáveis tiveram, respectivamente, médias de 3,92 e 2,79 para os valores medidos para os 25 anos e 3,90 e 2,26 para os valores medidos para os 60 anos. O desvio-padrão para cada variável foi, respectivamente, 1,06 e 1,52 para 25 anos e 1,01 e 1,47 para 60 anos.

Em conjunto para formar o constructo “Estimulação”, estas duas variáveis formaram média foi de 3,35 e desvio-padrão de 1,05 para os 25 anos e média de 3,03 e desvio-padrão de 0,88 para os 60 anos, mostrando uma dispersão levemente menor em relação a este valor na maturidade. Este decréscimo de importância pode ser verificado no gráfico plotado na Figura 13.

**Figura 13 - Médias do Valor "Estimulação"**



Fonte: Dados da pesquisa

Observando-se a ANOVA deste valor, verifica-se a estatística F no valor de 5,84 e significância de 0,017, confirmando que há diferença estatisticamente relevante entre as médias do valor “Estimulação” medida em torno dos 25 anos e medida em torno dos 60 anos,

sendo que, com a maturidade, este valor decresce sua importância. A Tabela 4 apresenta as médias deste valor.

**Tabela 4 - Análise de Variância ANOVA para Estimulação**

Estimulação	N	$\mu$	$\sigma$	I.C. 95% para Média		Variância Entre Componentes	Anova		Teste de Levene
				Limite Inferior	Limite Superior		F	Sig.	Sig.
25 anos	106	3,35	1,05	3,15	3,56				
60 anos	106	3,03	0,88	2,86	3,20				
Total	212	3,19	0,97	3,06	3,33	0,043	5,84	0,017	0,04

Fonte: Dados da pesquisa

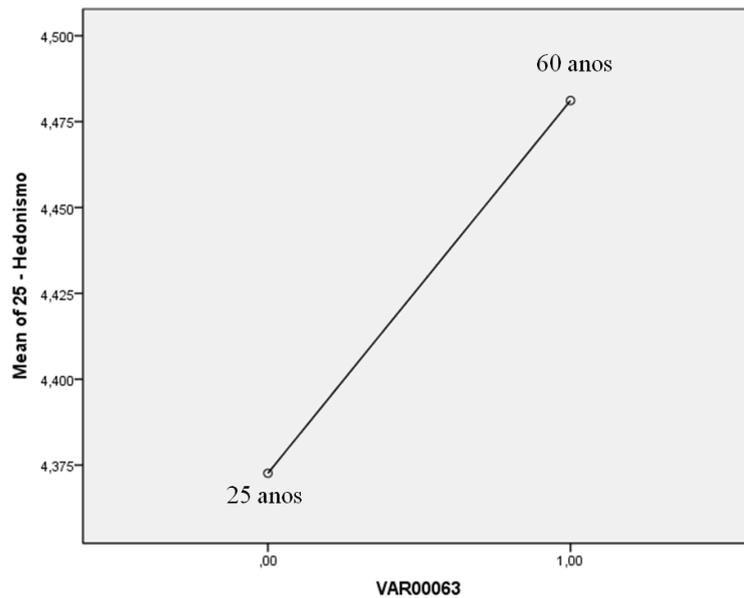
Avaliando-se a homocedasticidade da dispersão entre os dois grupos (25 anos e 60 anos) para o valor “Estimulação” através do Teste de Levene, verifica-se que, com a significância de 0,04, há homogeneidade entre os grupos, isto é, a variável comporta-se do mesmo modo entre os tempos diferentes avaliados.

Este dado de redução da importância do valor “Estimulação” ao longo da vida corrobora a avaliação de Schwartz (1992, 2005b).

### 5.3.3 Hedonismo

As variáveis medidas “Divertir-me sempre que posso, fazendo coisas que me dão prazer” e “Apreciar os prazeres da vida e cuidar bem de mim” formam o fator “Hedonismo” e tiveram, respectivamente, as seguintes médias: 4,48 e 4,26 para os 25 anos (e desvio-padrão de 0,80 e 1,00) e 4,42 e 4,54 para os 60 anos (com desvio-padrão de 0,83 e 0,69), indicando pouca variância entre os tempos medidos.

Somando-se essas duas variáveis para obter-se o valor “Hedonismo”, chega-se à média de 4,37 (desvio-padrão de 0,77) para 25 anos e 4,48 (desvio-padrão de 0,62) para 60 anos. Esta relação pode ser verificada na Figura 14.

**Figura 14 - Médias do Valor "Hedonismo"**

Fonte: Dados da pesquisa

Esta pouca variação entre um tempo e outro de resposta (25 e 60 anos) também se confirma na ANOVA, cuja estatística  $F$  teve valor de 1,28 e significância de 0,258,  $F$  baixo e significância mais elevada do que os valores indicados por Vieira (2006) para a existência de diferenças entre as médias dos dois tempos medidos, ou seja, não há diferença estatisticamente significativa entre as médias. Na Tabela 5, são apresentados os valores da análise de variância para este constructo.

**Tabela 5 - Análise de Variância ANOVA para Hedonismo**

Hedonismo	N	$\mu$	$\sigma$	I.C. 95% para Média		Variância Entre Componentes	Anova		Teste de Levene
				Limite Inferior	Limite Superior		F	Sig	Sig.
25 anos	106	4,37	0,77	4,22	4,52				
60 anos	106	4,48	0,62	4,36	4,69				
Total	212	4,43	0,70	4,33	4,52	0,0013	1,28	0,258	0,67

Fonte: Dados da pesquisa

Com base na Tabela 5, verifica-se que o Teste de Levene teve significância de 0,67, o que indica que há heterocedasticidade entre as amostras, isto é, a dispersão é desigual entre um tempo e outro medido.

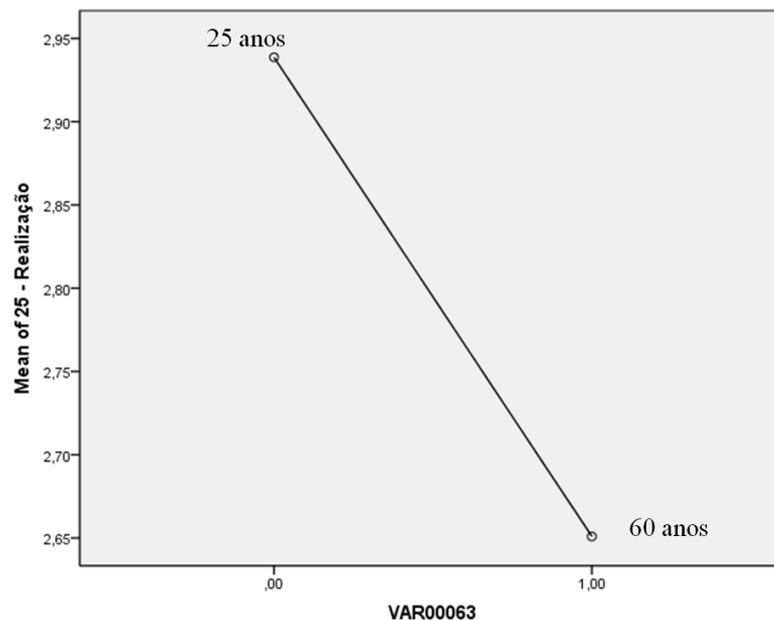
Estas análises indicam que há pouca variação na importância do valor “Hedonismo” entre os dois períodos avaliados, ou seja, as pessoas continuam perseguindo questões que lhes dão prazer. Este resultado difere do apontado por Schwartz (2005b), para quem o valor “Hedonismo” teria menor importância com o avançar da idade.

### 5.3.4 Realização

As variáveis operacionalizadas “Mostrar as minhas capacidades para que as pessoas possam admirar o que faço” e “Ter sucesso e impressionar os outros” formam o constructo “Realização” e, respectivamente, tiveram médias de 3,12 e 2,75 (com desvio-padrão de 1,41 e 1,42) para os 25 anos e 2,92 e 2,39 (com desvio-padrão de 1,46 e 1,20) para os 60 anos.

Agrupadas, estas duas variáveis observáveis, refletindo o fator “Realização”, tiveram média de 2,94 (desvio-padrão de 1,29) para 25 anos e 2,65 (desvio-padrão de 1,22) para 60 anos. Analisando-se as médias, depreende-se que são relativamente baixas, abaixo do nível intermediário de importância (3). A alteração das médias e das variâncias pode ser verificada no gráfico plotado na Figura 15.

**Figura 15 - Médias do Valor "Realização"**



Fonte: Dados da pesquisa

Novamente, esta baixa alteração entre os dois tempos (25 e 60 anos) pode ser verificada na ANOVA, cuja estatística  $F$  foi de 2,80 e significância de 0,096 – valores diferentes do que os sugeridos por Vieira (2006). Isto indica a tendência à não diferenciação consistente entre as médias de importância do valor “Realização” para as diferentes etapas da vida (25 e 60 anos). Contudo, como estes valores não são fortemente díspares de um  $F$  acima de 3,26 e uma significância abaixo de 0,05, não se pode afirmar categoricamente que não há essa diferença. Os valores deste teste podem ser verificados na Tabela 6.

**Tabela 6 - Análise de Variância ANOVA para Realização**

Realização	N	$\mu$	$\Sigma$	I.C. 95% para Média		Variância Entre Componentes	Anova		Teste de Levene
				Limite Inferior	Limite Superior		F	Sig	Sig.
25 anos	106	2,93	1,29	2,69	3,19				
60 anos	106	2,65	1,22	2,42	2,89				
Total	212	2,80	1,26	2,62	2,97	0,027	2,80	0,096	0,432

Fonte: Dados da pesquisa

Observando-se o Teste de Levene organizado na Tabela 6, averigua-se que o nível de significância de 0,432 indica que as variâncias entre os tempos medidos não é homogênea, isto é, a variável comporta-se diferentemente aos 25 anos e aos 60 anos.

Se aceita a não diferenciação entre os períodos analisados, em função do  $F$  pequeno e da significância acima de 0,05, o resultado diverge do esperado por Schwartz (2005b), que afirmou que o valor “Realização” teria uma maior importância no início da vida adulta. Se compreendido o leve decréscimo, os achados alinham-se à teoria.

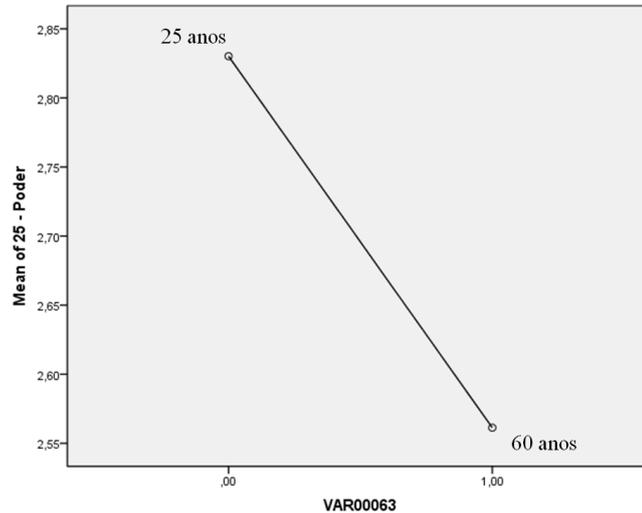
### 5.3.5 Poder

As variáveis medidas “Ser rico, ter muito dinheiro e possuir bens valiosos” e “Estar no comando e dizer às outras pessoas o que elas devem fazer, esperando que cumpram” compõem a variável latente “Poder”. Respectivamente, essas variáveis tiveram médias 2,90 e 2,76 (com desvio-padrão de 1,46 e 1,39) para 25 anos e 2,16 e 2,96 (com desvio de 1,19 e 1,37) para 60 anos.

Estas duas variáveis somadas, operacionalizando o fator “Poder”, tiveram média de 2,83 (desvio-padrão de 1,21) para 25 anos e 2,56 (desvio-padrão de 0,96) para 60 anos. Em

função de pequenos desvios-padrão, verifica-se uma leve queda da importância do valor pessoal “Poder” com o avanço da maturidade, conforme gráfico da Figura 16.

**Figura 16 - Médias do Valor "Poder"**



Fonte: Dados da pesquisa

Através do teste comparativo de médias ANOVA não se pode afirmar categoricamente que há diferença entre os momentos analisados; todavia, em função da estatística  $F$  ser 3,23 e a significância ser 0,074, valores muito próximos aos indicados na literatura (VIEIRA, 2006) para comprovar que há diferença entre as médias, depreende-se que há certa tendência para confirmar os diferentes níveis de importância para este valor ao longo da vida e esta estatística na zona cinza do teste pode ser respondido pelo tamanho da amostra. Os valores do teste podem ser visualizados na Tabela 7.

**Tabela 7 - Análise de Variância ANOVA para Poder**

Poder	N	$\mu$	$\Sigma$	I.C. 95% para Média		Variância Entre Componentes	Anova		Teste de Levene
				Limite Inferior	Limite Superior		F	Sig.	Sig.
25 anos	106	2,83	1,21	2,60	3,06				
60 anos	106	2,56	0,96	2,38	2,75				
Total	212	2,70	1,10	2,55	2,84	0,025	3,23	0,074	0,001

Fonte: Dados da pesquisa

Conforme a Tabela 7, o Teste de Levene aplicado neste fator “Poder” traz uma significância de 0,001, o que garante a homogeneidade da dispersão entre os grupos, isto é,

que a variável comporta-se e dispersa-se da mesma maneira entre os dois tempos medidos (25 e 60 anos).

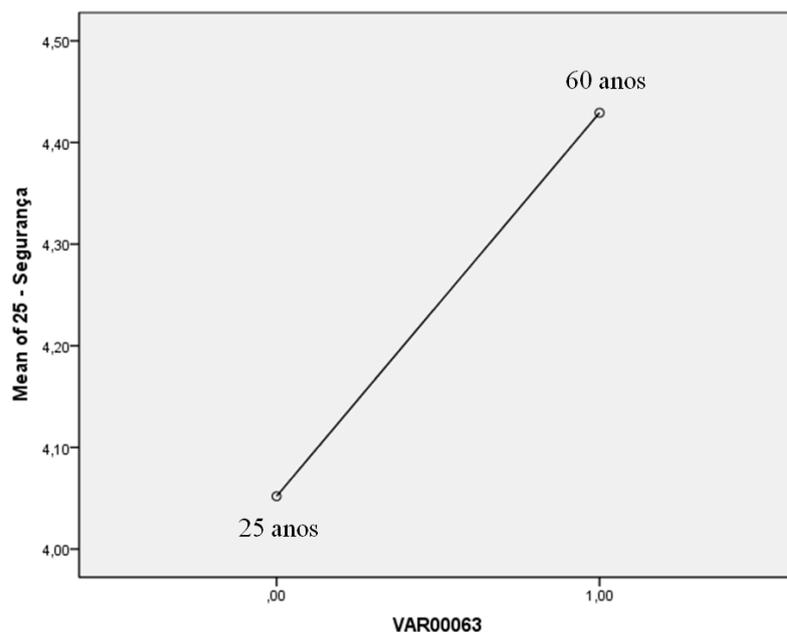
Se aceito este aparente decréscimo da importância do valor “Poder” ao longo da vida, converge-se com o proposto por Schwartz (2005b). Se aceita a não diferenciação entre os tempos, o resultado diverge da teoria.

### 5.3.6 Segurança

As variáveis observáveis “Viver em um lugar seguro, evitando tudo o que possa colocar em risco a minha estabilidade” e “Defender que o país deva estar livre de ameaças internas e externas, protegendo a ordem social” formam o fator “Segurança” e tiveram médias individuais, respectivamente, de 4,05 e 4,06 (com desvio-padrão de 1,42 e 1,25) para 25 anos e de 4,47 e 4,39 (com desvio-padrão de 1,05 e 1,01) para 60 anos.

Essas variáveis observáveis, expressando o fator “Segurança”, geraram médias de 4,05 (desvio-padrão de 1,11) para os 25 anos e 4,43 (desvio-padrão de 0,83) para 60 anos. Notifica-se um crescimento leve da importância na maturidade, conforme representado no gráfico plotado da Figura 17.

**Figura 17 - Médias do Valor "Segurança"**



Fonte: Dados da pesquisa

A análise de variância (ANOVA) confirma, com uma estatística  $F$  de 7,86 e significância de 0,006, que há diferença entre as médias dos dois períodos avaliados (25 e 60 anos). As médias podem ser conferidas na Tabela 8.

**Tabela 8 - Análise de Variância ANOVA para Segurança**

Segurança	N	$\mu$	$\Sigma$	I.C. 95% para Média		Variância Entre Componentes	Anova		Teste de Levene
				Limite Inferior	Limite Superior		F	Sig	Sig.
25 anos	106	4,05	1,11	3,84	4,27				
60 anos	106	4,43	0,83	4,27	4,59				
Total	212	4,24	1,00	4,11	4,37	0,062	7,86	0,006	0,000

Fonte: Dados da pesquisa

O Teste de Levene, com nível de significância de 0,000, também indica que há homocedasticidade, isto é, que a variância entre os grupos (tempos medidos em torno de 25 anos e em torno de 60 anos) é homogênea e, em função deste valor, também indica uma tendência à normalidade.

O crescimento da importância do valor “Segurança” ao longo da vida está alinhado com Schwartz (1992; 2005b), pois ambientes seguros, estáveis e previsíveis são prioritários para adultos maduros.

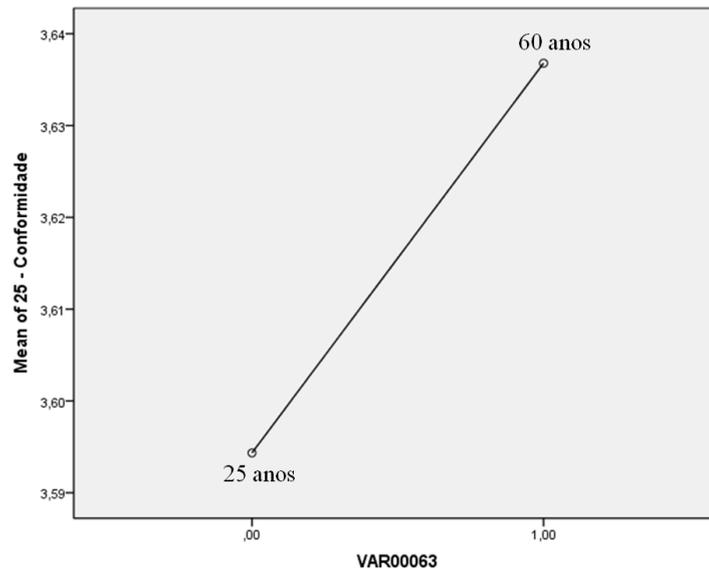
### 5.3.7 Conformidade

As variáveis questionadas aos respondentes “Defender que as pessoas devem fazer o que lhes mandam, cumprindo as regras em todos os momentos, mesmo quando ninguém está observando” e “Comportar-me sempre de maneira apropriada, evitando fazer coisas que os outros considerem errado”, que arranjam o valor “Conformidade”, tiveram, respectivamente, médias de 3,59 e 3,59 (desvio-padrão de 1,26 e 1,25) para 25 anos e 3,61 e 3,66 (desvio-padrão de 1,17 e 1,19) para 60 anos, indicando comportamentos similares das variáveis nos dois tempos medidos.

Em conjunto para formar a “Conformidade”, as variáveis geraram média de 3,59 (desvio-padrão de 1,00) para 25 anos e 3,64 (desvio-padrão de 0,87) para 60 anos. Embora a média dos 60 anos seja levemente mais alta do que a média aos 25 anos, com estes baixos

desvios-padrão, depreende-se que não há praticamente alteração da importância do valor “Conformidade” ao longo da vida. A modificação pode ser visualizada no gráfico plotado na Figura 18.

**Figura 18 - Médias do Valor "Conformidade"**



Fonte: Dados da pesquisa

A partir da ANOVA, verifica-se a estatística  $F$  com valor de 0,11 e nível de significância de 0,742, o que indica que não há diferença estatisticamente significativa entre as médias dos dois períodos analisados, isto é que o valor “Conformidade” tem relativamente o mesmo nível de importância aos 25 e aos 60 anos. Os valores do teste constam na Tabela 9.

**Tabela 9 - Análise de Variância ANOVA para Conformidade**

Conformidade	N	$\mu$	$\Sigma$	I.C. 95% para Média		Variância Entre Componentes	Anova		Teste de Levene
				Limite Inferior	Limite Superior		F	Sig	Sig.
25 anos	106	3,59	1,00	3,40	3,79				
60 anos	106	3,64	0,87	3,47	3,81				
Total	212	3,62	0,93	3,49	3,74	-0,0074	0,11	0,742	0,146

Fonte: Dados da pesquisa

O Teste de Levene, com nível de significância de 0,146, indica que a variância não é homogênea entre os tempos observados, isto é, que a variável não se comporta da mesma maneira nos grupos avaliados (25 e 60 anos).

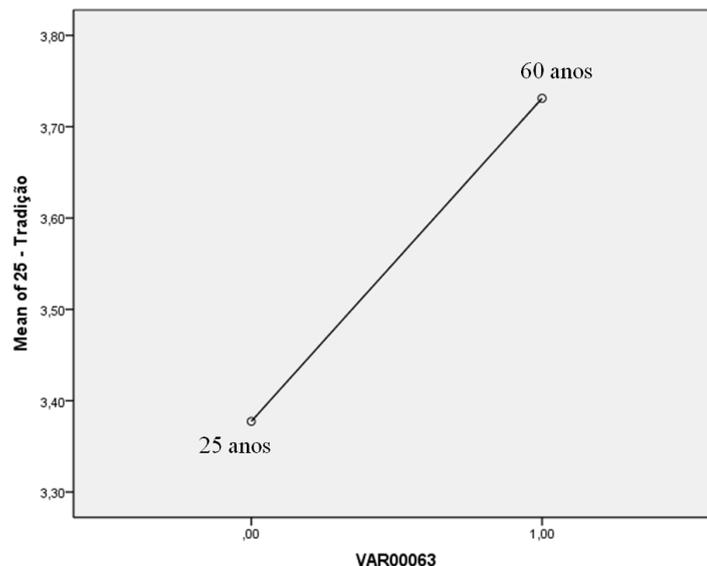
Contudo, este resultado de não diferenciação da importância do valor ao longo da vida difere do apontado por Schwartz (1992; 2005b), que previa o crescimento da importância do valor “Conformidade” com o avanço da maturidade.

### 5.3.8 Tradição

As variáveis operacionalizadas “Não pedir mais do que se tem, acreditando que as pessoas devem viver satisfeitas com o que possuem” e “Respeitar a crença religiosa e cumprir os mandamentos da sua doutrina” constituem o constructo “Tradição” e tiveram médias individuais, respectivamente, iguais a 2,95 e 3,80 (desvio-padrão de 1,28 e 1,37) aos 25 anos e 3,19 e 4,27 (desvio-padrão de 1,33 e 1,11) aos 60 anos.

Essas variáveis, espelhando o fator “Tradição”, originaram média de 3,38 (desvio-padrão de 1,03) para 25 anos e 3,73 (desvio-padrão de 0,97) para 60 anos. A Figura 19 mostra esta variação. Observa-se que, em função das médias e do desvio-padrão regular encontrados, há certo aumento do nível de importância do valor “Tradição” na maturidade, se comparado ao início da vida adulta.

**Figura 19 - Médias do Valor "Tradição"**



Fonte: Dados da pesquisa

O teste comparativo de médias ANOVA reforça esta diferença, pois apresenta uma estatística  $F$  de 6,60 com grau de significância de 0,011, indicando, portanto, que a diferença do nível de importância entre um período e outro avaliado é estatisticamente significativa. Os valores do teste podem ser observados na Tabela 10.

**Tabela 10 - Análise de Variância ANOVA para Tradição**

Tradição	N	$\mu$	$\Sigma$	I.C. 95% para Média		Variância Entre Componentes	Anova		Teste de Levene
				Limite Inferior	Limite Superior		F	Sig	Sig.
25 anos	106	3,38	1,03	3,18	3,58				
60 anos	106	3,73	0,97	3,54	3,92				
Total	212	3,55	1,02	3,42	3,69	0,053	6,60	0,011	0,599

Fonte: Dados da pesquisa

Todavia, o Teste de Levene, com grau de significância de 0,599, não garante a homogeneidade da variância entre os grupos.

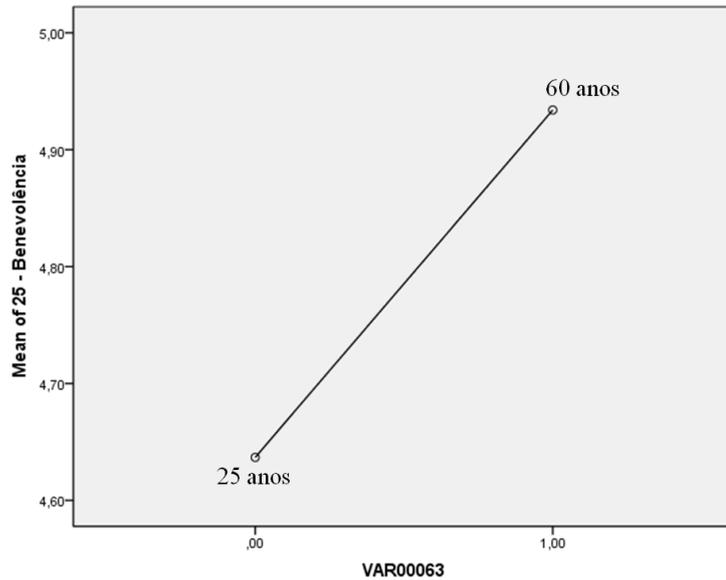
Este resultado de aumento da importância do valor “Tradição” ao longo da vida condiz com os achados de Schwartz (1992; 2005b).

### 5.3.9 Benevolência

As variáveis medidas “Ajudar e zelar pelo bem-estar das pessoas que me rodeiam” e “Ser leal aos amigos e dedicar-me às pessoas que me estão próximas” formam a variável latente “Benevolência” e obtiveram médias individuais respectivamente iguais a 4,48 e 4,79 (com desvio-padrão de 0,91 e 0,60) para 25 anos e 4,86 e 4,93 (com desvio-padrão de 0,35 e 0,29) para 60 anos.

Agrupadas para propagar o valor “Benevolência”, determinaram média de 4,64 (desvio-padrão de 0,57) para os 25 anos e 4,93 (desvio-padrão de 0,29) para 60 anos, esta alteração na média e o baixo-desvio padrão de cada momento indica um leve crescimento do grau de importância deste valor ao longo da vida. Esta diferença está representada na Figura 20.

**Figura 20 - Médias do Valor "Benevolência"**



Fonte: Dados da pesquisa

A análise de variância ANOVA, com  $F$  de 23,23 e nível de significância de 0,000, permite a afirmação de que há diferença estatisticamente relevante nas médias entre os grupos verificados, isto é, que entre os 25 e os 60 anos de idade, para a amostra, houve aumento da importância do valor “Benevolência”. Os valores deste teste podem ser verificados na Tabela 11.

**Tabela 11 - Análise de Variância ANOVA para Benevolência**

Benevolência	N	$\mu$	$\Sigma$	I.C. 95% para Média		Variância Entre Componentes	Anova		Teste de Levene
				Limite Inferior	Limite Superior		F	Sig.	Sig.
25 anos	106	4,64	0,57	4,53	4,75				
60 anos	106	4,93	0,29	4,88	4,99				
Total	212	4,79	0,47	4,72	4,85	0,042	23,23	0,000	0,000

Fonte: Dados da pesquisa

O Teste de Levene, com significância de 0,000, permite afirmar que a variância entre os dois períodos avaliados é homogênea e, com este valor de significância, há indícios de que a amostra tende à normalidade.

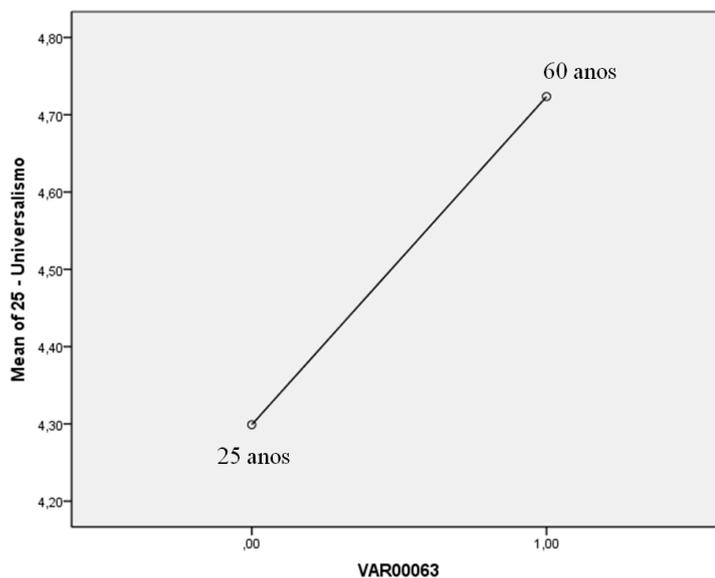
Este resultado de crescimento da importância do valor “Benevolência” com o avanço da vida confirma os pressupostos levantados por Schwartz (1992).

### 5.3.10 Universalismo

São três as variáveis observáveis que formam o fator “Universalismo”: “Defender que todas as pessoas, incluindo as que eu não conheço, devem ser tratadas com igualdade e justiça”, “Escutar as pessoas que são diferentes de mim e, mesmo que não concorde com elas, procurar compreendê-las” e “Proteger e preservar a natureza”. Respectivamente, cada variável obteve a seguinte nota: 4,61, 4,08 e 4,20 (desvio-padrão de 0,90, 1,20 e 1,06) para 25 anos e 4,82, 4,58 e 4,77 (desvio-padrão de 0,55, 0,77 e 0,59) para 60 anos.

Agregadas para expressar o valor “Universalismo”, as variáveis geraram média de 4,30 (desvio-padrão de 0,80) para os 25 anos e 4,72 (desvio-padrão de 0,44) para os 60 anos, o que indica que certo aumento da importância do valor com a maturidade, considerando as médias e o baixo desvio-padrão. Esta variação pode ser observada na Figura 21.

**Figura 21 - Médias do Valor "Universalismo"**



Fonte: Dados da pesquisa

Considerando a ANOVA, cuja estatística F foi de 23,05 com nível de significância de 0,000, pode-se afirmar estatisticamente que há diferença entre as médias, ou seja, que o aumento da importância deste valor aos 60 anos é significativamente consistente. Os valores do teste podem ser averiguados na Tabela 12.

Tabela 12 - Análise de Variância ANOVA para Universalismo

Universalismo	N	$\mu$	$\Sigma$	I.C. 95% para Média		Variância Entre Componentes	Anova		Teste de Levene
				Limite Inferior	Limite Superior		F	Sig	Sig.
25 anos	106	4,30	0,80	4,14	4,45				
60 anos	106	4,72	0,43	4,64	4,81				
Total	212	4,51	0,68	4,42	4,60	0,086	23,05	0,000	0,000

Fonte: Dados da pesquisa

O Teste de Levene, com nível de significância de 0,000, indica que os grupos (tempos avaliados) podem ser comparados, pois há homogeneidade da variância da variável. Ainda, com este nível de significância, há a tendência de que os dados reajam de maneira normal.

Este resultado de crescimento da importância do valor “Universalismo” difere da teoria original de Schwartz (1992), para quem este valor pessoal teria menor importância na maturidade, mas está em linha com os achados pelo próprio Schwartz (2005b).

O Quadro 12 apresenta um resumo das observações relacionadas à mudança de valores ao longo da vida através do comparativo de médios obtidos pelo teste ANOVA e comparativo com a teoria existente.

**Quadro 12 - Resumo das Observações de Mudança dos Valores Pessoais ao Longo da Vida**

<b>Valor</b>	<b>Há Mudança Estatisticamente Significante da Importância do Valor dos 25 para os 60 Anos</b>	<b>Sentido da Mudança</b>	<b>Comparativo com a Teoria</b>
Autodeterminação	Sim (p=0,008)	Cresce	Resultado diferente de Schwartz (1992), que previa a redução da importância da redução deste valor
Estimulação	Sim (p=0,017)	Decresce	Convergente com Schwartz (1992; 2005b)
Hedonismo	Não (p=0,258)	Leve crescimento	Resultado diferente de Schwartz (2005b) que previa a redução da importância deste valor
Realização	Não* (p=0,096)	Leve decrescimento	Considerando os valores <i>F</i> e significância, não se pode afirmar categoricamente. Se aceita a não diferenciação entre os períodos, o resultado difere de Schwartz (2005b). Se aceita a redução da importância das médias, alinha-se à previsão de redução da importância deste valor ao longo da vida
Poder	Não* (p=0,074)	Leve decrescimento	Considerando os valores <i>F</i> e significância, não se pode afirmar categoricamente. Se aceita a não diferenciação entre os períodos, o resultado difere de Schwartz (2005b). Se aceita a redução da importância das médias, alinha-se à previsão de redução da importância deste valor ao longo da vida
Segurança	Sim (p=0,006)	Cresce	Convergente com Schwartz (1992; 2005b)
Conformidade	Não (p=0,742)	Leve crescimento	Resultado diferente de Schwartz (1992; 2005b), que previa aumento da importância deste valor ao longo da vida
Tradição	Sim (p=0,011)	Cresce	Convergente com Schwartz (1992; 2005b)
Benevolência	Sim (p=0,000)	Cresce	Convergente com Schwartz (1992)
Universalismo	Sim (p=0,000)	Cresce	Resultado diferente de Schwartz (1992), que preconizava a redução da importância deste valor ao longo da vida, mas alinhado com Schwartz (2005b)

\* Valores próximos aos recomendados pela teoria para aceitarem-se as diferenças de médias.

Fonte: Dados da pesquisa

#### 5.4 MAPA PERCEPTIVO DAS PROXIMIDADES DOS VALORES PESSOAIS NOS DIFERENTES PERÍODOS DO CICLO DE VIDA

Neste subcapítulo, apresenta-se uma análise exploratória para verificar se as estruturas dos valores pessoais em cada um dos períodos analisados (25 anos e 60 anos) mantêm a lógica do modelo circular dos valores sugeridos por Schwartz (1992) e comprovado por Maio *et al.* (2009) e se a organização/disposição é similar entre os tempos. Para isto, procedeu-se a técnica do escalonamento multidimensional (EMD).

### 5.4.1 Mapa Perceptivo dos Valores aos 25 Anos

Para analisarem-se as percepções dos respondentes quanto aos valores pessoais em torno dos 25 anos, procedeu-se ao EMD. A primeira tabela gerada pelo SPSS é a tabela com as distâncias reais dos valores entre si nesse período do ciclo de vida, cujos dados podem ser conferidos na Tabela 13.

**Tabela 13 - Distâncias Reais dos Valores no EMD 25 anos**

Raw (unscaled) Data for Subject 1

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	0,000									
2	19,307	0,000								
3	12,264	22,183	0,000							
4	20,964	12,540	22,765	0,000						
5	13,910	21,477	10,529	22,869	0,000					
6	14,283	13,611	16,976	14,900	18,138	0,000				
7	15,338	17,176	13,546	16,591	13,793	15,628	0,000			
8	16,651	18,921	14,173	20,439	12,659	17,007	12,748	0,000		
9	9,220	21,030	10,474	21,424	13,096	14,950	14,483	16,055	0,000	
10	11,811	23,564	7,396	23,463	12,062	18,722	15,042	16,5300	9,950	0,000

Fonte: Dados da pesquisa

Onde:

- 1 = Autodeterminação aos 25 anos
- 2 = Poder aos 25 anos
- 3 = Universalismo aos 25 anos
- 4 = Realização aos 25 anos
- 5 = Segurança aos 25 anos
- 6 = Estimulação aos 25 anos
- 7 = Conformidade aos 25 anos
- 8 = Tradição aos 25 anos
- 9 = Hedonismo aos 25 anos
- 10 = Benevolência aos 25 anos

Para trabalhar-se com duas dimensões, foram necessárias 3 iterações para que o modelo ajustasse-se ao SSTRESS abaixo de 0,001, conforme pode-se verificar na Tabela 14.

**Tabela 14 - Número de Iterações no EMD 25 anos**

Iteration history for the 2 dimensional solution (in squared distances)

Young's S-stress formula 1 is used.

Iteration	S-stress	Improvement
1	0,08529	
2	0,07760	0,00769
3	0,07745	0,00015

Iterations stopped because  
S-stress improvement is less than ,001000

Fonte: Dados da pesquisa

Este valor de SSTRESS resultou em STRESS de 0,09305, o que indica um bom nível de qualidade do modelo de acordo com Marôco (2011) e RSQ de 0,95791, também um bom nível de aceitação do ajuste conforme Hair *et al.* (2005).

Assim, as distâncias computadorizadas propostas pelo EMD para os valores aos 25 anos podem ser constatadas na Tabela 15.

**Tabela 15 - Distâncias Ótimas dos Valores no EMD 25 anos**

Optimally scaled data (disparities) for subject 1										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	0,000									
2	2,648	0,000								
3	1,082	3,287	0,000							
4	3,016	1,144	3,417	0,000						
5	1,448	3,130	0,696	3,44	0,000					
6	1,531	1,382	2,130	1,668	2,388	0,000				
7	1,766	2,174	1,367	2,044	1,422	1,830	0,000			
8	2,057	2,562	1,507	2,900	1,170	2,137	1,190	0,000		
9	0,405	3,031	0,684	3,119	1,267	1,679	1,575	1,925	0,000	
10	0,982	3,594	0,000	3,572	1,037	2,518	1,700	2,031	0,568	0,000

Fonte: Dados da pesquisa

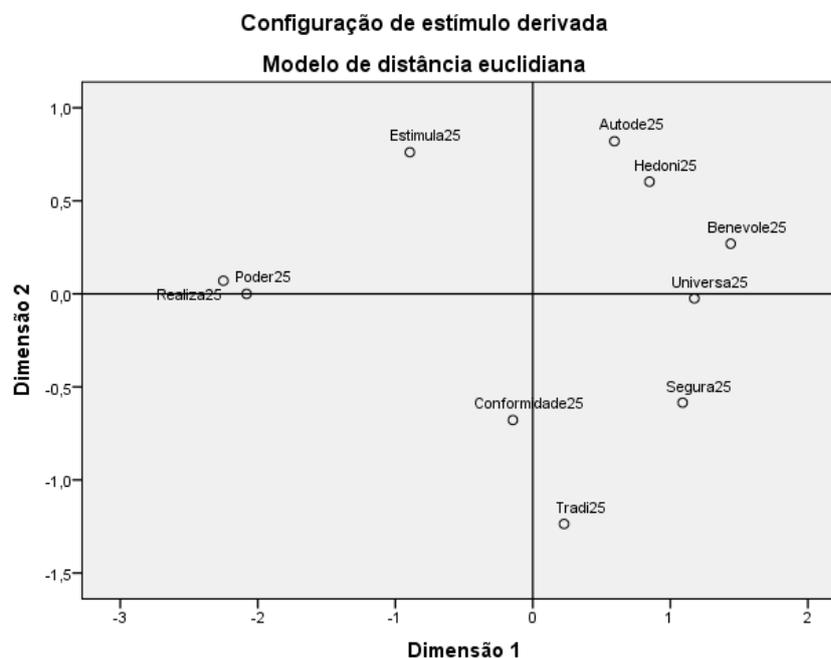
Os valores pessoais aos 25 anos, então, obtiveram coordenadas nas duas dimensões manipuladas no EMD, cujos dados podem ser examinados na Tabela 16.

**Tabela 16 - Coordenadas dos Valores Pessoais no EMD 25 Anos**

Stimulus Coordinates			
Stimulus Number	Stimulus Name	Dimension	
		1	2
1	Autodeterminação 25	0,5935	0,8203
2	Poder 25	-2,0818	-0,0001
3	Universalismo 25	1,1745	-0,0245
4	Realização 25	-2,2503	0,0704
5	Segurança 25	1,0894	-0,5846
6	Estimulação 25	-0,8940	-0,7609
7	Conformidade 25	-0,1452	-0,6782
8	Tradição 25	0,2272	-1,2363
9	Hedonismo 25	0,8482	0,6027
10	Benevolência 25	1,4384	0,2695

Fonte: Dados da pesquisa

E essas coordenadas dos valores pessoais aos 25 anos foram plotadas no mapa bidimensional (Figura 22), que indica as distâncias vs. semelhanças.

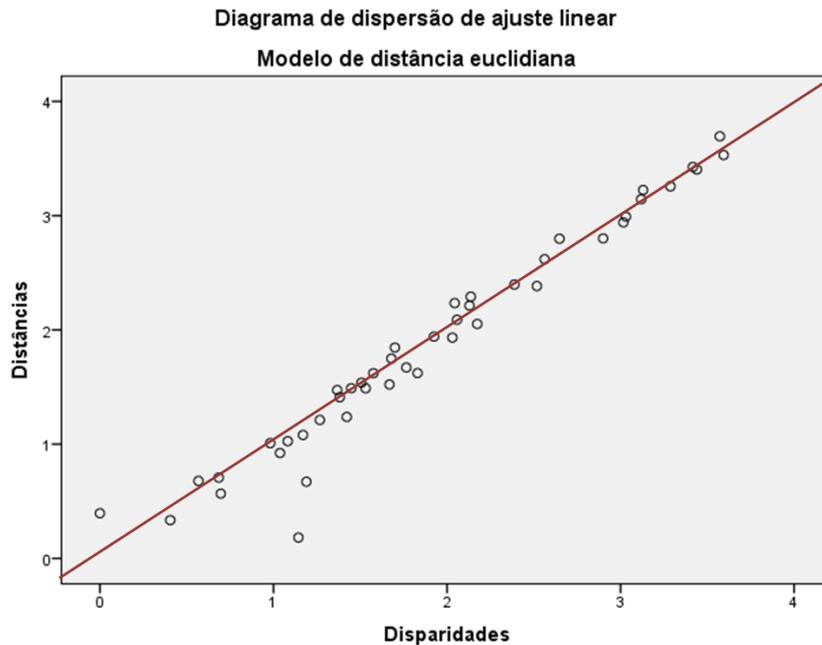
**Figura 22 - Mapa Bidimensional dos Valores Pessoais aos 25 Anos**

Fonte: Dados da pesquisa

Este mapa, que reflete a percepção das pessoas sobre a importância dos valores pessoais em torno dos 25 anos, indica similaridades e distanciamentos entre os valores.

O resultado encontrado no diagrama de Shepard, observável na Figura 23, é favorável ao modelo, pois os dados estão lineares e regulares ao redor da diagonal projetada (com exceção de 3 pontos).

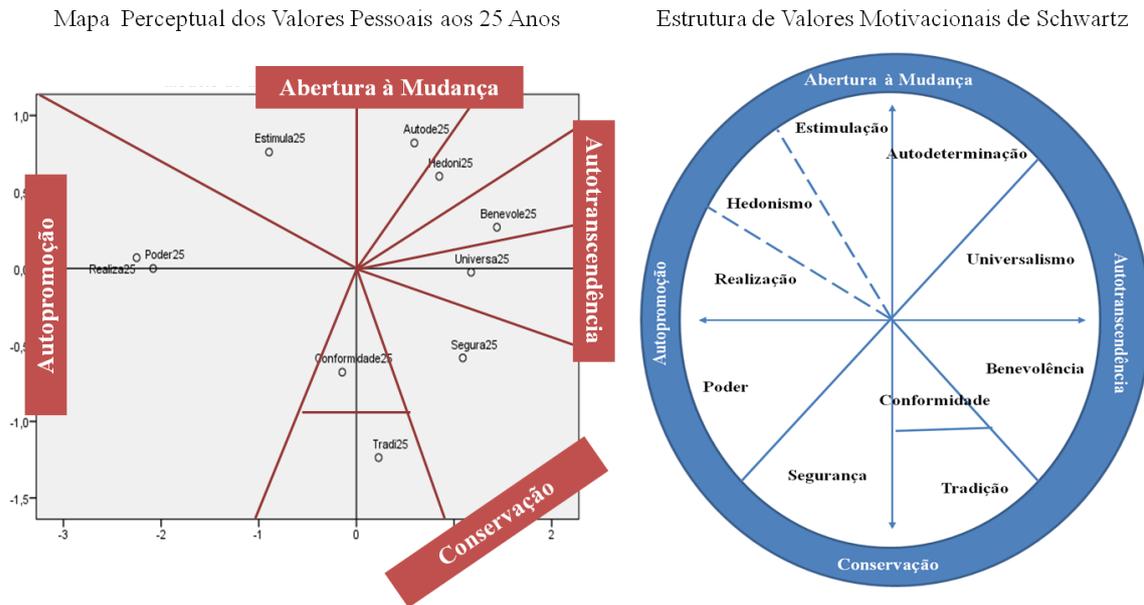
**Figura 23 - Diagrama de Dispersão de Ajuste Linear EMD 25 Anos**



Fonte: Dados da pesquisa

Retomando-se a Figura 22 e comparando-a à estrutura circular dos valores e às motivações compartilhadas descritas no referencial teórico, verifica-se que os valores com tipos opostos de motivação encontram-se em regiões distintas, antagônicas, conforme previsto por Schwartz (1992; 1994; 2005a) e confirmado por Maio *et al.* (2009). Contudo, nem todas as 10 regiões teóricas de Schwartz foram encontradas separadamente. “Como propõe a teoria, os valores formam contínuos e a divisão em regiões é arbitrária” (TAMAYO; PORTO, 2009). Neste momento da vida (25 anos), foram identificadas nove diferentes regiões e as quatro polaridades (Figura 24).

**Figura 24 - Regiões dos Valores Pessoais aos 25 Anos e Comparativo com a Estrutura de Schwartz (1992)**



Fonte: Dados da pesquisa

Analisam-se, então, os clusters encontrados e as proximidades com as regiões vizinhas, no sentido de encontrarem-se as motivações compartilhadas.

Pode-se observar que os valores “Realização” e “Poder” estão muito próximos, formando um único cluster. Este resultado está em linha com o encontrado por Tamayo e Porto (2009) e por Bardi *et al.* (2009) no estudo 1.

Este cluster, seguindo-se o sentido horário deste mapa perceptual dos valores aos 25 anos, está ladeado pela região do fator “Estimulação”. No original de Schwartz (1992), entre “Realização/Poder” e “Estimulação” estaria o valor “Hedonismo”.

Continuando-se o mapa perceptual no sentido horário, vê-se que “Estimulação” também faz fronteira com “Autodeterminação”, como previsto por Schwartz (1992).

O limite seguinte é entre “Autodeterminação” e “Hedonismo”, que não eram regiões limítrofes na teoria de Schwartz (1992). E, nesta posição, “Hedonismo” passa a ser compreendido pela dimensão mais ampla “Abertura à Mudança” (estando mais distante da dimensão “Autopromoção”, da qual também fazia parte de acordo com o modelo original).

A próxima região vizinha é entre “Hedonismo” e “Benevolência”, antes valores opostos na teoria (SCHWARTZ, 1992).

“Benevolência” também está ladeada pelo “Universalismo”, reforçando a teoria (SCHWARTZ, 1992).

A região fronteira seguinte dá-se entre “Universalismo” e “Segurança”, limites não compartilhados no esquema de Schwartz (1992).

“Segurança” também faz fronteira com “Conformidade” e “Tradição”, assim como o modelo teórico, sendo que “Conformidade” e “Tradição” tiveram a mesma posição encontrada pelo autor (SCHWARTZ, 1992).

Por fim, completando-se o círculo do mapa perceptual dos valores aos 25 anos, tem-se a região limítrofe entre “Conformidade”, “Tradição” e “Realização/Poder”. No modelo teórico de Schwartz (1992), estes valores estariam separados pela “Segurança”.

Portanto, destes resultados do mapa perceptual dos valores pessoais aos 25 anos, observa-se grande convergência à Teoria dos Valores Pessoais de Schwartz (1992). As exceções são:

- a) “Realização” e “Poder” formaram um mesmo cluster de valores;
- b) “Realização/Poder” passou a fazer limite com “Autodeterminação”, no modelo teórico separados por “Hedonismo” e “Estimulação”;
- c) “Conformidade” e “Tradição” passaram a ladear “Realização/Poder”;
- d) “Hedonismo”, nesta amostra, ficou dentro da dimensão “Abertura à Mudança”, enquanto Schwartz (1992) preconizava que Hedonismo participasse tanto da dimensão “Abertura à Mudança” quanto “Autopromoção”;
- e) “Hedonismo” passou a fazer fronteira com um valor considerado oposto na teoria (“Benevolência”).

#### **5.4.2 Mapa Perceptivo dos Valores aos 60 Anos**

Seguindo a análise multidimensional EMD, verificam-se as percepções dos entrevistados quanto aos valores pessoais em torno dos 60 anos. A Tabela 17 apresenta as distâncias reais dos valores entre si nesse período do ciclo de vida (maturidade).

**Tabela 17 - Distâncias Reais dos Valores no EMD 60 anos**

Raw (unscaled) Data for Subject 1

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	0,000									
2	23,098	0,000								
3	7,319	25,051	0,000							
4	23,436	12,718	25,607	0,000						
5	9,055	22,869	9,235	23,659	0,000					
6	17,536	12,590	19,713	14,671	19	0,000				
7	13,892	15,89	14,65	16,621	12,39	14,318	0,000			
8	13,982	19,532	13,675	21,219	13,342	15,922	12,942	0,000		
9	7,665	22,886	7,669	23,249	9,962	17,414	13,955	13,444	0,000	
10	7,632	26,014	4,741	26,439	9,421	21,184	15,612	15,3050	7,517	0,000

Fonte: Dados da pesquisa

Onde:

1 = Autodeterminação aos 60 anos

2 = Poder aos 60 anos

3 = Universalismo aos 60 anos

4 = Realização aos 60 anos

5 = Segurança aos 60 anos

6 = Estimulação aos 60 anos

7 = Conformidade aos 60 anos

8 = Tradição aos 60 anos

9 = Hedonismo aos 60 anos

10 = Benevolência aos 60 anos

O passo seguinte é transformar essas distâncias em distâncias dentro do EMD de 2 dimensões, para o que organizaram 4 iterações para que o SSTRESS ficasse menor do que 0,0001, conforme Tabela 18.

**Tabela 18 - Número de Iterações no EMD 60 anos**

Iteration history for the 2 dimensional solution (in squared distances)

Young's S-stress formula 1 is used.

<b>Iteration</b>	<b>S-stress</b>	<b>mprovement</b>
1	0,08596	
2	0,07641	0,00955
3	0,07426	0,00215
4	0,07393	0,00032

Iterations stopped because

S-stress improvement is less than ,001000

Fonte: Dados da pesquisa

Este processo gerou um STRESS de 0,09319, que é um veredito bom para a solução EMD (MARÔCO, 2011) e um RSQ igual a 0,97357, também indicando uma qualidade muito boa para o resultado encontrado (HAIR *et al*, 2005).

Com esses fatores, chega-se às distâncias entre os valores pessoais em torno dos 60 anos dentro do EMD explicitadas na Tabela 19.

**Tabela 19 - Distâncias Ótimas dos Valores no EMD 60 anos**

Optimally scaled data (disparities) for subject 1

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	0,000									
2	3,124	0,000								
3	0,439	3,457	0,000							
4	3,182	1,358	3,552	0,000						
5	0,734	3,086	0,765	3,22	0,000					
6	2,178	1,336	2,548	1,69	2,427	0,000				
7	1,558	1,898	1,687	2,022	1,302	1,630	0,000			
8	1,573	2,518	1,521	2,805	1,464	1,903	1,396	0,000		
9	0,498	3,088	0,498	3,15	0,889	2,157	1,568	1,481	0,000	
10	0,492	3,621	0,000	3,693	0,796	2,799	1,850	1,798	0,472	0,000

Fonte: Dados da pesquisa

Essas distâncias entre os valores geraram as coordenadas dos valores aos 60 anos nas duas dimensões programadas, observáveis na Tabela 20.

**Tabela 20 - Coordenadas dos Valores Pessoais no EMD 60 Anos**

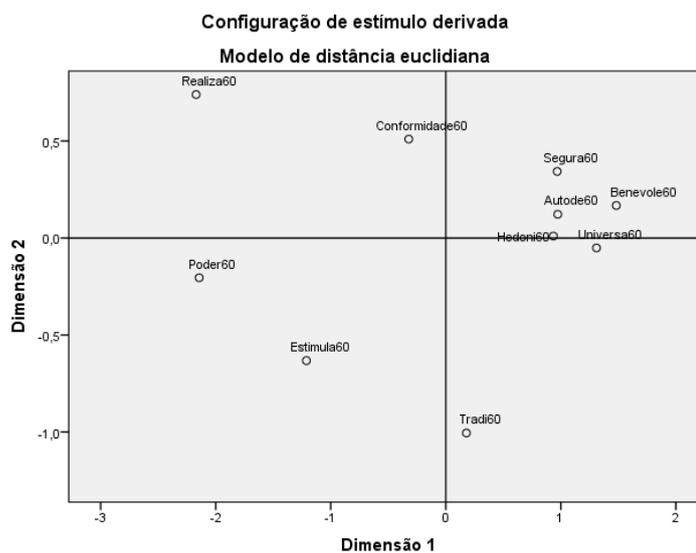
Stimulus Coordinates

Stimulus Number	Stimulus Name	Dimension	
		1	2
1	Autodeterminação 60	0,973	0,1223
2	Poder 60	-2,1435	-0,2046
3	Universalismo 60	1,3094	-0,051
4	Realização 60	-2,1703	0,7394
5	Segurança 60	0,9683	0,3432
6	Estimulação 60	-1,2114	-0,632
7	Conformidade 60	-0,3217	0,51
8	Tradição 60	0,1791	-1,0053
9	Hedonismo 60	0,9348	0,0103
10	Benevolência 60	1,4822	0,1677

Fonte: Dados da pesquisa

Estas distâncias foram plotadas no mapa bidimensional, indicando as semelhanças (proximidade) e dessemelhanças (distanciamento) entre os valores percebidos como importantes aos 60 anos (Figura 25).

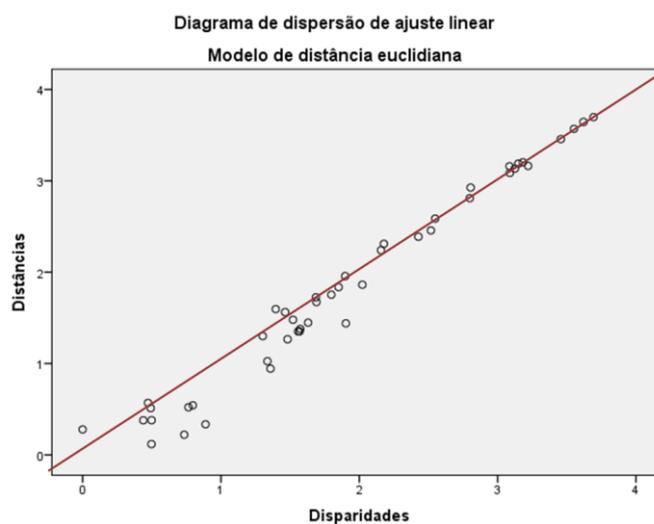
**Figura 25 - Mapa Bidimensional dos Valores Pessoais aos 60 Anos**



Fonte: Dados da pesquisa

Para validar este modelo EMD, o SPSS gerou também o gráfico de Shepard esboçado na Figura 26. Embora não esteja tão linear (observações próximas à diagonal) como o diagrama aos 25 anos, ainda assim o modelo apresenta bom nível de aceitação.

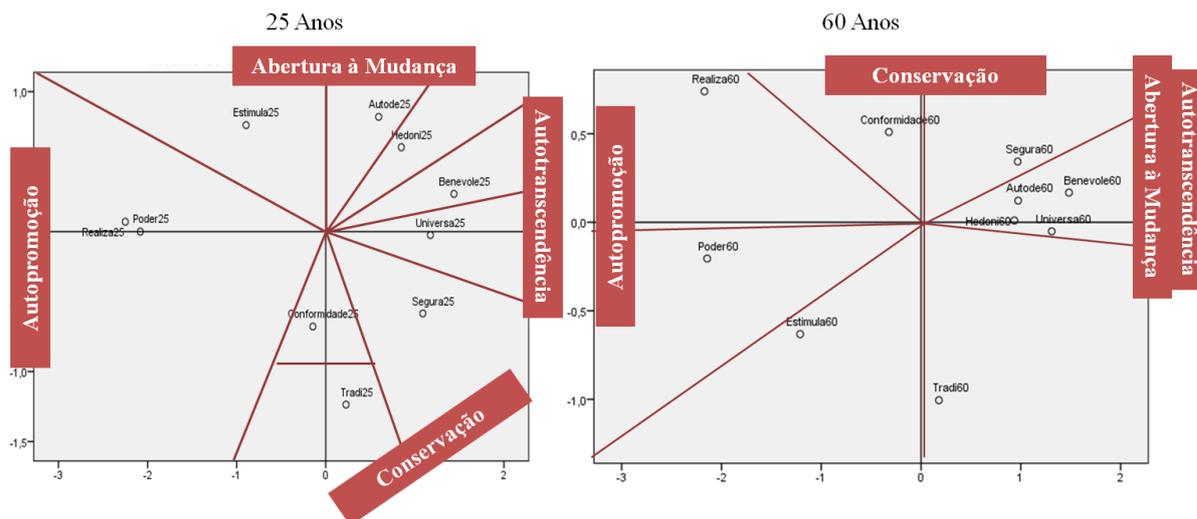
**Figura 26 - Diagrama de Dispersão de Ajuste Linear EMD 60 Anos**



Fonte: Dados da pesquisa

Dividindo-se este mapa perceptual que reflete a percepção aos 60 anos conforme a Teoria Motivacional, identificam-se sete regiões (Figura 27); contudo, duas dimensões amplas (“Autotranscendência” e “Abertura à Mudança”) estão sobrepostas.

**Figura 27 - Comparativo dos Mapas Bidimensionais dos Valores Pessoais aos 25 e aos 60 Anos**



Fonte: Dados da pesquisa

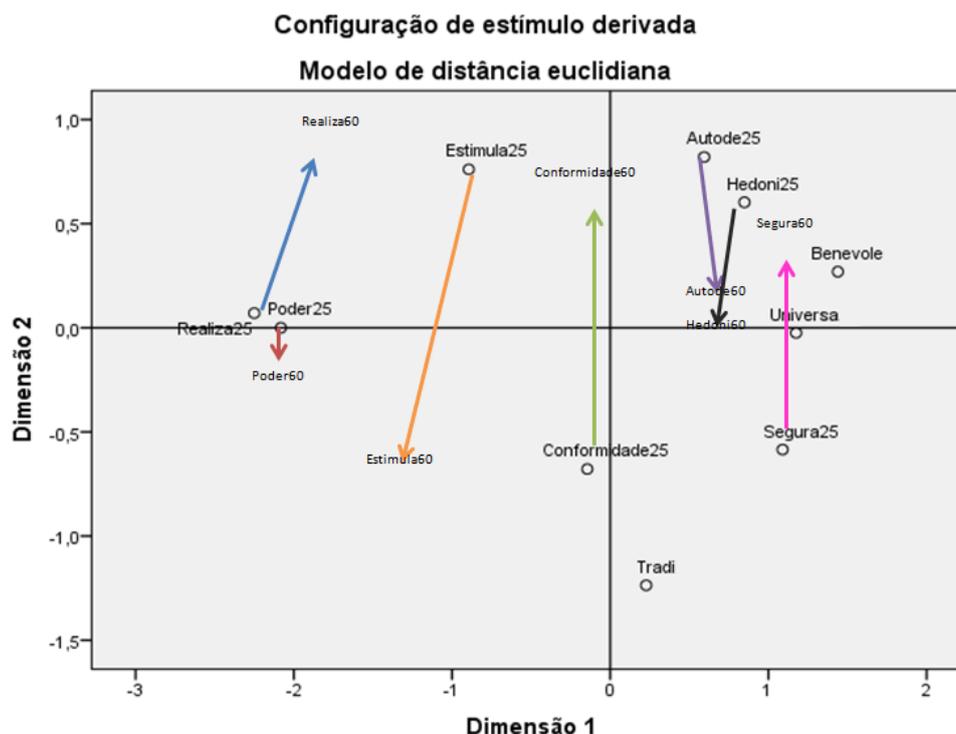
Comparativamente ao modelo teórico, pode-se observar que valores de “Autotranscendência” (“Benevolência” e “Universalismo”) e “Abertura à Mudança” (“Autodeterminação” e “Hedonismo”, exceção do valor “Estimulação”) encontram-se misturados em uma mesma região. “Tradição”, que pertence à polaridade “Conservação”, ficou separada dos demais valores que compartilham essa motivação superior (“Segurança” e “Conformidade”) e ficou próxima à “Estimulação” (mesmo achado do Estudo 3 de Bardi *et al.*, 2009), cuja polaridade é “Abertura à Mudança” e cuja motivação é oposta. Estas ocorrências também divergem do comparativo com o mapa dos 25 anos.

Outra diferença entre os momentos de vida analisados é que, quando analisados os valores pessoais em torno dos 25 anos, os valores da dimensão “Abertura à Mudança” (“Autodeterminação” e “Hedonismo”) estavam em regiões contíguas, mas separadas, próximas aos valores da “Autotranscendência” (“Benevolência” e “Universalismo”); já na avaliação dos valores em torno dos 60 anos, constatam-se esses quatro valores misturados em uma região única.

Na Figura 28, verificam-se os movimentos de aproximação/similaridade e dessemelhança/distanciamento que os dez tipos de valores motivacionais tiveram ao longo do

curso de vida, comparando-se os tempos medidos (25 e 60 anos). Observa-se que “Benevolência”, “Universalismo” e “Tradição” não mudaram de posição.

**Figura 28 - Movimentos dos Valores Pessoais dos 25 para os 60 Anos**



Fonte: Dados da pesquisa

O subcapítulo seguinte avalia se as mudanças encontradas nas médias dos valores são estatisticamente relevantes.

## 5.5 ASSOCIAÇÃO ENTRE EVENTOS E CIRCUNSTÂNCIAS DA VIDA E MUDANÇA DE VALORES

Neste subcapítulo são apresentadas análises que cruzam eventos e circunstâncias da vida com a variação dos valores pessoais (delta de mudança dos valores), através do teste comparativo de médias ANOVA. Procurou-se separar a amostra em diferentes grupos conforme cada evento e buscou-se avaliar se determinada característica afeta mais ou menos o delta de mudança. Por exemplo, ter mais filhos afeta mais o coeficiente de mudança do que ter menos filhos?

Inicialmente, as variações foram contrastadas à questão de gênero, isto é, se a mudança de valores pessoais ao longo da vida é afetada pelo sexo do respondente (0 = masculino; 1 = feminino). Conforme a Tabela 21, confere-se que o gênero impactaria apenas na mudança dos valores “Autodeterminação” ( $F = 3,545$ ;  $p = 0,063$  – valor de significância próximo ao ideal que é abaixo de 0,005) e “Segurança” ( $F = 5,89$ ;  $p = 0,017$ ).

**Tabela 21 - Mudança de Valores x Gênero**

		N	Média	Desvio padrão	Intervalo de confiança de 95% para média		ANOVA	
					Limite inferior	Limite superior	F	Sig.
Mudança Total Valores	,00	45	,1122	,41236	-,0117	,2361	0,057	0,812
	1,00	61	,0943	,36177	,0016	,1869		
	Total	106	,1019	,38226	,0283	,1755		
Mudança na Autodeterminação	,00	45	,0667	,85679	-,1907	,3241	3,545	0,063
	1,00	61	,4262	1,04816	,1578	,6947		
	Total	106	,2736	,98351	,0842	,4630		
Mudança no Poder	,00	45	-,4222	,76838	-,6531	-,1914	2,444	0,121
	1,00	61	-,1557	,93337	-,3948	,0833		
	Total	106	-,2689	,87335	-,4371	-,1007		
Mudança no Universalismo	,00	45	,5558	,75211	,3298	,7817	2,841	0,095
	1,00	61	,3279	,63711	,1647	,4910		
	Total	106	,4246	,69412	,2909	,5583		
Mudança na Realização	,00	45	-,4444	,77769	-,6781	-,2108	2,734	0,101
	1,00	61	-,1721	,87980	-,3975	,0532		
	Total	106	-,2877	,84501	-,4505	-,1250		
Mudança na Segurança	,00	45	,6556	1,17174	,3035	1,0076	5,890	0,017
	1,00	61	,1721	,87980	-,0532	,3975		
	Total	106	,3774	1,03696	,1777	,5771		
Mudança na Estimulação	,00	45	-,4333	,92687	-,7118	-,1549	1,589	0,210
	1,00	61	-,1557	1,24345	-,4742	,1627		
	Total	106	-,2736	1,12363	-,4900	-,0572		
Mudança na Conformidade	,00	45	,1667	,83258	-,0835	,4168	1,220	0,272
	1,00	61	-,0492	1,09812	-,3304	,2321		
	Total	106	,0425	,99551	-,1493	,2342		
Mudança na Tradição	,00	45	,4889	,93230	,2088	,7690	1,965	0,164
	1,00	61	,2541	,78858	,0521	,4561		
	Total	106	,3538	,85626	,1889	,5187		
Mudança no Hedonismo	,00	45	,1556	,86486	-,1043	,4154	0,236	0,628
	1,00	61	,0738	,85067	-,1441	,2916		
	Total	106	,1085	,85358	-,0559	,2729		
Mudança na Benevolência	,00	45	,3333	,64842	,1385	,5281	1,576	0,212
	1,00	61	,2049	,40184	,1020	,3078		
	Total	106	,2594	,52204	,1589	,3600		

Fonte: Dados da pesquisa

A análise seguinte compara os deltas de mudança de valores ao longo da vida com o estado civil. Para fins de agrupamentos para a ANOVA, organizou-se a comparação entre solteiros (solteiros propriamente dito, separados/divorciados, viúvos) e casados (casados propriamente dito e união estável) [0 = solteiro; 1 = casado]. Neste caso, conforme a Tabela 22, constata-se que o estado civil pode estar associado à mudança dos valores “Segurança” ( $F$  de 3,30 e  $p$  de 0,07) e “Conformidade” ( $F$  de 3,53 e  $p$  de 0,06), cujos valores da estatística  $F$  e da significância estão próximos aos recomendados na literatura (VIEIRA, 2006).

**Tabela 22 - Mudança de Valores x Estado Civil**

		N	Média	Desvio padrão	Intervalo de confiança de 95% para média		ANOVA	
					Limite inferior	Limite superior	F	Sig.
Mudança Total Valores	,00	45	,0941	,29946	,0041	,1840	0,032	0,858
	1,00	61	,1077	,43575	-,0039	,2193		
	Total	106	,1019	,38226	,0283	,1755		
Mudança na Autodeterminação	,00	45	,4444	1,08828	,1175	,7714	2,391	0,125
	1,00	61	,1475	,88668	-,0795	,3746		
	Total	106	,2736	,98351	,0842	,4630		
Mudança no Poder	,00	45	-,2000	,88163	-,4649	,0649	0,484	0,488
	1,00	61	-,3197	,87098	-,5427	-,0966		
	Total	106	-,2689	,87335	-,4371	-,1007		
Mudança no Universalismo	,00	45	,4069	,69186	,1990	,6147	0,051	0,822
	1,00	61	,4377	,70122	,2581	,6173		
	Total	106	,4246	,69412	,2909	,5583		
Mudança na Realização	,00	45	-,2222	,75042	-,4477	,0032	0,468	0,496
	1,00	61	-,3361	,91160	-,5695	-,1026		
	Total	106	-,2877	,84501	-,4505	-,1250		
Mudança na Segurança	,00	45	,1667	,97701	-,1269	,4602	3,299	0,072
	1,00	61	,5328	1,06014	,2613	,8043		
	Total	106	,3774	1,03696	,1777	,5771		
Mudança na Estimulação	,00	45	-,1222	,97791	-,4160	,1716	1,425	0,235
	1,00	61	-,3852	1,21584	-,6966	-,0739		
	Total	106	-,2736	1,12363	-,4900	-,0572		
Mudança na Conformidade	,00	45	-,1667	,84611	-,4209	,0875	3,534	0,063
	1,00	61	,1967	1,07346	-,0782	,4716		
	Total	106	,0425	,99551	-,1493	,2342		
Mudança na Tradição	,00	45	,3333	,76128	,1046	,5620	0,044	0,834
	1,00	61	,3689	,92602	,1317	,6060		
	Total	106	,3538	,85626	,1889	,5187		
Mudança no Hedonismo	,00	45	,0889	,90635	-,1834	,3612	0,041	0,840
	1,00	61	,1230	,81984	-,0870	,3329		
	Total	106	,1085	,85358	-,0559	,2729		
Mudança na Benevolência	,00	45	,2111	,43287	,0811	,3412	0,668	0,416
	1,00	61	,2951	,58007	,1465	,4436		
	Total	106	,2594	,52204	,1589	,3600		

Fonte: Dados da pesquisa

Compararam-se, então, as diferenças dos valores ao longo da vida à questão da naturalidade do respondente, se a pessoa nasceu no interior ou em uma região metropolitana (0 = interior; 1 = metropolitana). Neste cruzamento (Tabela 23), não se encontrou nenhuma significância, o que indica que, para esta amostra, ter nascido em cidade pequena ou grande não afeta a mudança de valores. Com isso, não se pode afirmar que uma pessoa que nasceu no interior (ou na região metropolitana) mudará mais ou menos seus valores ao longo da vida.

**Tabela 23 - Mudança de Valores x Naturalidade**

		N	Média	Desvio padrão	Intervalo de confiança de 95% para média		ANOVA	
					Limite inferior	Limite superior	F	Sig.
Mudança Total Valores	,00	68	,1181	,43501	,0128	,2234	0,341	0,561
	,1,00	38	,0728	,26580	-,0146	,1602		
	Total	106	,1019	,38226	,0283	,1755		
Mudança na Autodeterminação	,00	68	,2647	1,02021	,0178	,5116	0,015	0,902
	,1,00	38	,2895	,92730	-,0153	,5943		
	Total	106	,2736	,98351	,0842	,4630		
Mudança no Poder	,00	68	-,2206	,82128	-,4194	-,0218	0,577	0,449
	,1,00	38	-,3553	,96498	-,6724	-,0381		
	Total	106	-,2689	,87335	-,4371	-,1007		
Mudança no Universalismo	,00	68	,4900	,77366	,3027	,6773	1,694	0,196
	,1,00	38	,3076	,51137	,1396	,4757		
	Total	106	,4246	,69412	,2909	,5583		
Mudança na Realização	,00	68	-,3456	,93145	-,5710	-,1201	0,888	0,348
	,1,00	38	-,1842	,66191	-,4018	,0334		
	Total	106	-,2877	,84501	-,4505	-,1250		
Mudança na Segurança	,00	68	,4338	1,08897	,1702	,6974	0,560	0,456
	,1,00	38	,2763	,94223	-,0334	,5860		
	Total	106	,3774	1,03696	,1777	,5771		
Mudança na Estimulação	,00	68	-,3088	1,20332	-,6001	-,0176	0,185	0,668
	,1,00	38	-,2105	,97698	-,5317	,1106		
	Total	106	-,2736	1,12363	-,4900	-,0572		
Mudança na Conformidade	,00	68	-,0074	1,05269	-,2622	,2475	0,472	0,493
	,1,00	38	,1316	,89052	-,1611	,4243		
	Total	106	,0425	,99551	-,1493	,2342		
Mudança na Tradição	,00	68	,4338	,89736	,2166	,6510	1,668	0,199
	,1,00	38	,2105	,76786	-,0419	,4629		
	Total	106	,3538	,85626	,1889	,5187		
Mudança no Hedonismo	,00	68	,1324	,86222	-,0763	,3411	0,147	0,702
	,1,00	38	,0658	,84766	-,2128	,3444		
	Total	106	,1085	,85358	-,0559	,2729		
Mudança na Benevolência	,00	68	,3088	,53273	,1799	,4378	1,709	0,194
	,1,00	38	,1711	,49697	,0077	,3344		
	Total	106	,2594	,52204	,1589	,3600		

Fonte: Dados da pesquisa

A análise seguinte verifica se as variações de valores pessoais são influenciadas pela profissão exercida na maior parte da vida. Utilizou-se a divisão apresentada na descrição do

perfil da amostra: profissões geralmente associadas a pessoas com ensino fundamental (= 0), profissões geralmente associadas a pessoas com ensino médio (= 1) e profissões geralmente associadas a pessoas com ensino superior (= 2). A partir da Tabela 24, aponta-se que o tipo de profissão está associado à mudança ao longo da vida do valor “Segurança” ( $F = 3,71$ ;  $p = 0,03$ ).

**Tabela 24 - Mudança de Valores x Tipo de Profissão**

		N	Média	Desvio padrão	Intervalo de confiança de 95% para média		ANOVA	
					Limite inferior	Limite superior	F	Sig.
Mudança Total Valores	,00	35	,0557	,38812	-,0776	,1890	,561	,572
	,1,00	48	,1437	,42247	,0211	,2664		
	,2,00	23	,0848	,27528	-,0343	,2038		
	Total	106	,1019	,38226	,0283	,1755		
Mudança na Autodeterminação	,00	35	,4143	,99621	,0721	,7565	,691	,503
	,1,00	48	,2500	1,03142	-,0495	,5495		
	,2,00	23	,1087	,86545	-,2656	,4829		
	Total	106	,2736	,98351	,0842	,4630		
Mudança no Poder	,00	35	-,3143	,68691	-,5502	-,0783	,209	,812
	,1,00	48	-,2083	1,01496	-,5030	,0864		
	,2,00	23	-,3261	,83406	-,6868	,0346		
	Total	106	-,2689	,87335	-,4371	-,1007		
Mudança no Universalismo	,00	35	,2569	,43634	,1070	,4067	1,572	,213
	,1,00	48	,5210	,78379	,2935	,7486		
	,2,00	23	,4787	,79038	,1369	,8205		
	Total	106	,4246	,69412	,2909	,5583		
Mudança na Realização	,00	35	-,0571	,45002	-,2117	,0974	2,010	,139
	,1,00	48	-,3854	1,01709	-,6807	-,0901		
	,2,00	23	-,4348	,87001	-,8110	-,0586		
	Total	106	-,2877	,84501	-,4505	-,1250		
Mudança na Segurança	,00	35	,0000	,43724	-,1502	,1502	3,705	,028
	,1,00	48	,5938	1,16991	,2540	,9335		
	,2,00	23	,5000	1,25227	-,0415	1,0415		
	Total	106	,3774	1,03696	,1777	,5771		
Mudança na Estimulação	,00	35	-,2000	1,23193	-,6232	,2232	,114	,893
	,1,00	48	-,3021	1,12864	-,6298	,0256		
	,2,00	23	-,3261	,97245	-,7466	,0944		
	Total	106	-,2736	1,12363	-,4900	-,0572		
Mudança na Conformidade	,00	35	,0429	1,03875	-,3140	,3997	,030	,970
	,1,00	48	,0625	1,01387	-,2319	,3569		
	,2,00	23	,0000	,92932	-,4019	,4019		
	Total	106	,0425	,99551	-,1493	,2342		
Mudança na Tradição	,00	35	,1857	,74839	-,0714	,4428	1,102	,336
	,1,00	48	,4063	,89714	,1457	,6668		
	,2,00	23	,5000	,91701	,1035	,8965		
	Total	106	,3538	,85626	,1889	,5187		
Mudança no Hedonismo	,00	35	,0714	,93260	-,2489	,3918	,303	,739
	,1,00	48	,1771	,68019	-,0204	,3746		
	,2,00	23	,0217	1,06043	-,4368	,4803		
	Total	106	,1085	,85358	-,0559	,2729		
Mudança na Benevolência	,00	35	,1286	,28031	,0323	,2249	1,663	,195
	,1,00	48	,3229	,57879	,1549	,4910		
	,2,00	23	,3261	,65033	,0449	,6073		
	Total	106	,2594	,52204	,1589	,3600		

Fonte: Dados da pesquisa

Contrastou-se a mudança de valores pessoais ao longo da vida com o nível de escolaridade, que foi dividido, para fins desta análise, em dois grupos: 0 = pessoas com ensino fundamental ou médio e 1 = pessoas com ensino superior ou pós-graduação. Na Tabela 25, observa-se que o nível de escolaridade pode influenciar a mudança da importância do valor pessoal “Universalismo” ( $F = 3,23$ ;  $p = 0,075$  – valores levemente acima do recomendado), “Realização” ( $F = 3,52$ ;  $p = 0,063$  – significância levemente acima do recomendado) e “Segurança” ( $F = 4,99$ ;  $p = 0,028$ ).

**Tabela 25 - Mudança de Valores x Nível de Escolaridade**

	N	Média	Desvio padrão	Intervalo de confiança de 95% para média		ANOVA	
				Limite inferior	Limite superior	F	Sig.
Mudança Total Valores	67	,0632	,38558	-,0309	,1572	1,882	0,173
0,00	39	,1684	,37197	,0478	,2890		
Total	106	,1019	,38226	,0283	,1755		
Mudança na Autodeterminação	67	,3209	,87344	-,1078	,5339	0,419	0,519
0,00	39	,1923	1,15631	-,1825	,5671		
Total	106	,2736	,98351	,0842	,4630		
Mudança no Poder	67	-,3582	,83397	-,5616	-,1548	1,922	0,169
0,00	39	-,1154	,92808	-,4162	,1855		
Total	106	-,2689	,87335	-,4371	-,1007		
Mudança no Universalismo	67	,3331	,66201	,1717	,4946	3,231	0,075
0,00	39	,5818	,72800	,3458	,8178		
Total	106	,4246	,69412	,2909	,5583		
Mudança na Realização	67	-,1716	,76650	-,3586	,0153	3,520	0,063
0,00	39	-,4872	,94233	-,7926	-,1817		
Total	106	-,2877	,84501	-,4505	-,1250		
Mudança na Segurança	67	,2090	,61638	,0586	,3593	4,985	0,028
0,00	39	,6667	1,47494	,1885	1,1448		
Total	106	,3774	1,03696	,1777	,5771		
Mudança na Estimulação	67	-,2836	1,20675	-,5779	,0108	0,014	0,905
0,00	39	-,2564	,97920	-,5738	,0610		
Total	106	-,2736	1,12363	-,4900	-,0572		
Mudança na Conformidade	67	-,0075	,95937	-,2415	,2265	0,455	0,501
0,00	39	,1282	1,06201	-,2161	,4725		
Total	106	,0425	,99551	-,1493	,2342		
Mudança na Tradição	67	,2761	,80849	,0789	,4733	1,505	0,223
0,00	39	,4872	,92826	,1863	,7881		
Total	106	,3538	,85626	,1889	,5187		
Mudança no Hedonismo	67	,0821	,77164	-,1061	,2703	0,173	0,678
0,00	39	,1538	,98778	-,1664	,4740		
Total	106	,1085	,85358	-,0559	,2729		
Mudança na Benevolência	67	,2164	,44572	,1077	,3251	1,239	0,268
0,00	39	,3333	,63176	,1285	,5381		
Total	106	,2594	,52204	,1589	,3600		

Fonte: Dados da pesquisa

Para analisar a influência da religião na mudança dos valores pessoais ao longo da vida e tendo-se em vista o alto percentual de católicos na amostra, optou-se por dividir os grupos em: 0 = catolicismo e 1 = outras religiões (desconsideraram-se aqueles que indicaram que nenhum princípio religioso foi marcante). A Tabela 26 indica que a religião não influencia na mudança da importância dos valores ao longo da vida, pois não esta relação não foi estatisticamente significativa.

**Tabela 26 - Mudança de Valores x Princípio Religioso**

	Descritivos					ANOVA		
	N	Média	Desvio padrão	Intervalo de confiança de 95% para média		F	Sig.	
				Limite inferior	Limite superior			
Mudança Total Valores	,00	56	,0673	,33026	-,0212	,1557	0,278	0,599
	,1,00	39	,1085	,43274	-,0317	,2488		
	Total	95	,0842	,37408	,0080	,1604		
Mudança na Autodeterminação	,00	56	,2857	,99479	,0193	,5521	0,081	0,776
	,1,00	39	,3462	1,04601	,0071	,6852		
	Total	95	,3105	1,01105	,1046	,5165		
Mudança no Poder	,00	56	-,3125	,80092	-,5270	-,0980	0,525	0,470
	,1,00	39	-,1795	,98333	-,4982	,1393		
	Total	95	-,2579	,87781	-,4367	-,0791		
Mudança no Universalismo	,00	56	,3873	,62538	,2198	,5548	0,002	0,969
	,1,00	39	,3928	,74079	,1527	,6330		
	Total	95	,3896	,67133	,2528	,5263		
Mudança na Realização	,00	56	-,3304	,98754	-,5948	-,0659	0,162	0,688
	,1,00	39	-,2564	,69653	-,4822	-,0306		
	Total	95	-,3000	,87640	-,4785	-,1215		
Mudança na Segurança	,00	56	,3750	1,07977	,0858	,6642	1,527	0,220
	,1,00	39	,1154	,89193	-,1737	,4045		
	Total	95	,2684	1,01008	,0627	,4742		
Mudança na Estimulação	,00	56	-,4375	,85314	-,6660	-,2090	2,955	0,890
	,1,00	39	-,0513	1,33670	-,4846	,3820		
	Total	95	-,2789	1,08842	-,5007	-,0572		
Mudança na Conformidade	,00	56	-,0089	,85009	-,2366	,2187	0,071	0,791
	,1,00	39	-,0641	1,17080	-,4436	,3154		
	Total	95	-,0316	,98880	-,2330	,1698		
Mudança na Tradição	,00	56	,2946	,80778	,0783	,5110	0,290	0,591
	,1,00	39	,3846	,79025	,1284	,6408		
	Total	95	,3316	,79764	,1691	,4941		
Mudança no Hedonismo	,00	56	,1339	,82842	-,0879	,3558	0,002	0,968
	,1,00	39	,1410	,85800	-,1371	,4192		
	Total	95	,1368	,83616	-,0335	,3072		
Mudança na Benevolência	,00	56	,2679	,52192	,1281	,4076	0,011	0,915
	,1,00	39	,2564	,49831	,0949	,4179		
	Total	95	,2632	,50970	,1593	,3670		

Fonte: Dados da pesquisa

Avaliou-se também a influência da cultura na mudança de valores pessoais ao longo da vida. Para esta análise, a amostra foi dividida em três grupos: 0 = cultura brasileira foi a

mais marcante na vida; 1 = cultura italiana e 2 = demais culturas. Da Tabela 27, depreende-se que a cultura não impacta em maior ou menor mudança de valores pessoais ao longo da vida, visto que a relação não foi estatisticamente significativa para nenhum valor.

**Tabela 27 - Mudança de Valores x Cultura**

	N	Média	Desvio padrão	Intervalo de confiança de 95% para média		ANOVA		
				Limite inferior	Limite superior	F	Sig.	
Mudança Total Valores	,00	35	,1700	,40453	,0310	,3090	1,247	,292
	,1,00	37	,0288	,43397	-,1159	,1735		
	,2,00	34	,1113	,28266	,0127	,2099		
	Total	106	,1019	,38226	,0283	,1755		
Mudança na Autodeterminação	,00	35	,3286	1,19400	-,0816	,7387	,091	,913
	,1,00	37	,2297	1,14014	-,1504	,6099		
	,2,00	34	,2647	,43056	,1145	,4149		
	Total	106	,2736	,98351	,0842	,4630		
Mudança no Poder	,00	35	-,2000	,83314	-,4862	,0862	,213	,809
	,1,00	37	-,2703	,89439	-,5685	,0279		
	,2,00	34	-,3382	,91055	-,6559	-,0205		
	Total	106	-,2689	,87335	-,4371	-,1007		
Mudança no Universalismo	,00	35	,4854	,76508	,2226	,7482	,412	,663
	,1,00	37	,3427	,54107	,1623	,5231		
	,2,00	34	,4512	,77354	,1813	,7211		
	Total	106	,4246	,69412	,2909	,5583		
Mudança na Realização	,00	35	-,3000	,78777	-,5706	-,0294	,264	,768
	,1,00	37	-,3514	,99209	-,6821	-,0206		
	,2,00	34	-,2059	,73975	-,4640	,0522		
	Total	106	-,2877	,84501	-,4505	-,1250		
Mudança na Segurança	,00	35	,6571	,92173	,3405	,9738	2,598	,079
	,1,00	37	,1081	1,10639	-,2608	,4770		
	,2,00	34	,3824	1,02291	,0254	,7393		
	Total	106	,3774	1,03696	,1777	,5771		
Mudança na Estimulação	,00	35	-,3000	1,23788	-,7252	,1252	,137	,873
	,1,00	37	-,3243	1,29216	-,7552	,1065		
	,2,00	34	-,1912	,77864	-,4629	,0805		
	Total	106	-,2736	1,12363	-,4900	-,0572		
Mudança na Conformidade	,00	35	,2000	,94090	-,1232	,5232	,653	,523
	,1,00	37	-,0270	1,09256	-,3913	,3373		
	,2,00	34	-,0441	,94842	-,3750	,2868		
	Total	106	,0425	,99551	-,1493	,2342		
Mudança na Tradição	,00	35	,4143	,87855	,1125	,7161	,903	,408
	,1,00	37	,2027	,81189	-,0680	,4734		
	,2,00	34	,4559	,88221	,1481	,7637		
	Total	106	,3538	,85626	,1889	,5187		
Mudança no Hedonismo	,00	35	,1429	1,00419	-,2021	,4878	,056	,946
	,1,00	37	,1081	,92147	-,1991	,4153		
	,2,00	34	,0735	,59202	-,1330	,2801		
	Total	106	,1085	,85358	-,0559	,2729		
Mudança na Benevolência	,00	35	,2429	,47545	,0795	,4062	,027	,974
	,1,00	37	,2703	,56019	,0835	,4570		
	,2,00	34	,2647	,53986	,0763	,4531		
	Total	106	,2594	,52204	,1589	,3600		

Fonte: Dados da pesquisa

A análise seguinte para verificar a influência dos eventos na mudança dos valores pessoais ao longo da vida é associada a quantidade de filhos à variância. Para fins de comparação, foram separados dois grupos: 0 = um ou dois filhos; 1 = três filhos ou mais (foram desconsiderados os respondentes que não tiveram filhos). Conforme a Tabela 28, não se pode afirmar que a quantidade de filhos impacta na mudança de valores, pois a ANOVA não foi significativa para nenhum valor.

**Tabela 28 - Mudança de Valores x Quantidade de Filhos**

Descritivos		N	Média	Desvio padrão	de 95% para média		ANOVA	
					Limite inferior	Limite superior	F	Sig.
					0	1		
Mudança Total Valores	0	47	,0493	,37405	-,0605	,1591	0,991	0,322
	1	45	,1307	,41038	,0075	,2540		
	Total	92	,0891	,39221	,0079	,1704		
Mudança na Auto-determinação	0	47	,1489	,81371	-,0900	,3878	1,059	0,306
	1	45	,3667	1,18896	,0095	,7239		
	Total	92	,2554	1,01498	,0452	,4656		
Mudança no Poder	0	47	-,3830	,83544	-,6283	-,1377	0,612	0,436
	1	45	-,2444	,86354	-,5039	,0150		
	Total	92	-,3152	,84748	-,4907	-,1397		
Mudança no Universalismo	0	47	,4826	,77439	,2552	,7099	0,695	0,407
	1	45	,3629	,58506	,1871	,5387		
	Total	92	,4240	,68721	,2817	,5663		
Mudança na Realização	0	47	-,3617	,85148	-,6117	-,1117	0,384	0,537
	1	45	-,2556	,78785	-,4923	-,0189		
	Total	92	-,3098	,81821	-,4792	-,1403		
Mudança na Segurança	0	47	,3511	1,01572	,0528	,6493	0,016	0,900
	1	45	,3778	1,01217	,0737	,6819		
	Total	92	,3641	1,00849	,1553	,5730		
Mudança na Estimulação	0	47	-,3830	1,10440	-,7072	-,0587	0,391	0,533
	1	45	-,2333	1,18992	-,5908	,1242		
	Total	92	-,3098	1,14317	-,5465	-,0730		
Mudança na Conformidade	0	47	,1277	,93523	-,1469	,4023	0,254	0,616
	1	45	,0222	1,07108	-,2996	,3440		
	Total	92	,0761	,99982	-,1310	,2831		
Mudança na Tradição	0	47	,2553	,95481	-,0250	,5357	0,842	0,361
	1	45	,4222	,77574	,1892	,6553		
	Total	92	,3370	,87111	,1566	,5174		
Mudança no Hedonismo	0	47	,0532	,93967	-,2227	,3291	0,257	0,613
	1	45	,1444	,77329	-,0879	,3768		
	Total	92	,0978	,85882	-,0800	,2757		
Mudança na Benevolência	0	47	,2021	,52812	,0471	,3572	1,223	0,272
	1	45	,3222	,51296	,1681	,4763		
	Total	92	,2609	,52140	,1529	,3688		

Fonte: Dados da pesquisa

Outro evento que merece um teste para examinar a influência na mudança de valores ao longo da vida é a questão de tornar-se avô/avó. Entre os respondentes que têm filhos, verificou-se se ter netos ou não e a quantidade de netos impacta nesta mudança. Foram separados os seguintes grupos: 0 = sem netos; 1 = com netos. De acordo com os resultados da

ANOVA dispostos na Tabela 29, ressalta-se que não há relação entre ter netos ou não e a mudança de valores.

Tabela 29 - Mudança de Valores x Quantidade de Netos

		Descritivos					ANOVA	
		N	Média	Desvio padrão	Intervalo de confiança de 95% para média		F	Sig.
					Limite inferior	Limite superior		
Mudança Total Valores	0	42	,1187	,43232	-,0161	,2534	0,314	0,577
	1	50	,0727	,35504	-,0282	,1736		
	Total	92	,0937	,39066	,0128	,1746		
Mudança na Autodeterminação	0	42	,0952	1,00145	-,2168	,4073	2,413	0,124
	1	50	,4200	,99673	,1367	,7033		
	Total	92	,2717	1,00661	,0633	,4802		
Mudança no Poder	0	42	-,2262	,95127	-,5226	,0702	0,639	0,426
	1	50	-,3700	,77466	-,5902	-,1498		
	Total	92	-,3043	,85792	-,4820	-,1267		
Mudança no Universalismo	0	42	,5319	,72959	,3045	,7593	2,476	0,119
	1	50	,3068	,64225	,1243	,4893		
	Total	92	,4096	,68895	,2669	,5522		
Mudança na Realização	0	42	-,2262	,82789	-,4842	,0318	0,460	0,499
	1	50	-,3400	,77880	-,5613	-,1187		
	Total	92	-,2880	,79915	-,4535	-,1225		
Mudança na Segurança	0	42	,3810	1,12515	,0303	,7316	0,000	0,996
	1	50	,3800	,87225	,1321	,6279		
	Total	92	,3804	,98998	,1754	,5855		
Mudança na Estimulação	0	42	-,2619	1,45769	-,7162	,1923	0,058	0,811
	1	50	-,3200	,82536	-,5546	-,0854		
	Total	92	-,2935	1,15109	-,5319	-,0551		
Mudança na Conformidade	0	42	,2500	1,20086	-,1242	,6242	2,715	0,103
	1	50	-,0900	,76057	-,3062	,1262		
	Total	92	,0652	,99509	-,1409	,2713		
Mudança na Tradição	0	42	,3929	,90753	,1101	,6757	0,454	0,502
	1	50	,2700	,84037	,0312	,5088		
	Total	92	,3261	,86899	,1461	,5060		
Mudança no Hedonismo	0	42	,0000	,84824	-,2643	,2643	1,003	0,319
	1	50	,1800	,86756	-,0666	,4266		
	Total	92	,0978	,85882	-,0800	,2757		
Mudança na Benevolência	0	42	,2500	,55491	,0771	,4229	0,033	0,856
	1	50	,2700	,49703	,1287	,4113		
	Total	92	,2609	,52140	,1529	,3688		

Fonte: Dados da pesquisa

Replicou-se este procedimento para a averiguação do impacto da perda de um dos pais sobre a mudança de valores. Para tanto, organizou-se a amostra em dois grupos: 0 = quem perdeu pelo menos um dos pais quando tinha até os 30 anos; 1 = quem perdeu um dos pais (o primeiro) quando tinha mais de 30 anos (foram desconsiderados os casos em que o respondente tem ainda pai e mãe vivos). Os resultados apontados na Tabela 30 indicam que não há impacto deste evento na mudança de valor.

**Tabela 30 - Mudança de Valores x Perda de um dos Pais**

		Descritivos					ANOVA	
		N	Média	Desvio padrão	Intervalo de confiança de 95% para média		F	Sig.
					Limite inferior	Limite superior		
Mudança Total Valores	0	44	,1083	,40930	-,0161	,2328	0,290	0,592
	1	51	,0686	,30820	-,0181	,1553		
	Total	95	,0870	,35715	,0143	,1598		
Mudança na Autodeterminação	0	44	,3295	1,15609	-,0219	,6810	0,160	0,690
	1	51	,2451	,90207	-,0086	,4988		
	Total	95	,2842	1,02275	,0759	,4926		
Mudança no Poder	0	44	-,1818	,93443	-,4659	,1023	1,342	0,250
	1	51	-,3824	,75225	-,5939	-,1708		
	Total	95	-,2895	,84293	-,4612	-,1178		
Mudança no Universalismo	0	44	,4018	,65692	,2021	,6015	0,043	0,836
	1	51	,4312	,71584	,2298	,6325		
	Total	95	,4176	,68570	,2779	,5573		
Mudança na Realização	0	44	-,3636	,91094	-,6406	-,0867	0,210	0,648
	1	51	-,2843	,77624	-,5026	-,0660		
	Total	95	-,3211	,83766	-,4917	-,1504		
Mudança na Segurança	0	44	,2045	1,05829	-,1172	,5263	1,712	0,194
	1	51	,4804	,99479	,2006	,7602		
	Total	95	,3526	1,02851	,1431	,5622		
Mudança na Estimulação	0	44	-,1250	1,32562	-,5280	,2780	1,856	0,176
	1	51	-,4314	,84273	-,6684	-,1944		
	Total	95	-,2895	1,09782	-,5131	-,0658		
Mudança na Conformidade	0	44	,0227	1,16117	-,3303	,3758	0,049	0,825
	1	51	,0686	,85452	-,1717	,3090		
	Total	95	,0474	1,00285	-,1569	,2517		
Mudança na Tradição	0	44	,3295	,77717	,0933	,5658	0,102	0,750
	1	51	,2745	,88495	,0256	,5234		
	Total	95	,3000	,83284	,1303	,4697		
Mudança no Hedonismo	0	44	,2386	,97342	-,0573	,5346	2,417	0,123
	1	51	-,0392	,76709	-,2550	,1765		
	Total	95	,0895	,87513	-,0888	,2677		
Mudança na Benevolência	0	44	,2273	,53325	,0652	,3894	0,532	0,468
	1	51	,3039	,49070	,1659	,4419		
	Total	95	,2684	,50954	,1646	,3722		

Fonte: Dados da pesquisa

Outro evento avaliado foi a idade em que os respondentes começaram a trabalhar. Para comparar com a mudança de valor ao longo da vida, separaram-se dois grupos: 0 = primeiro

emprego até os 18 anos; 1 = primeiro emprego após os 18 anos. Novamente, nenhuma diferença foi estatisticamente significativa, como demonstra a Tabela 31.

**Tabela 31 - Mudança de Valores x Idade do Primeiro Emprego**

		Descritivos					ANOVA	
		N	Média	Desvio padrão	Intervalo de confiança de 95% para média		F	Sig.
					Limite inferior	Limite superior		
Mudança Total Valores	0	73	,1075	,43177	,0068	,2083	0,159	0,691
	1	27	,0722	,26030	-,0307	,1752		
	Total	100	,0980	,39195	,0202	,1758		
Mudança na Autodeterminação	0	73	,2192	,92040	,0044	,4339	0,033	0,855
	1	27	,2593	1,10393	-,1774	,6960		
	Total	100	,2300	,96771	,0380	,4220		
Mudança no Poder	0	73	-,2603	,86646	-,4624	-,0581	0,000	0,996
	1	27	-,2593	,93408	-,6288	,1103		
	Total	100	-,2600	,88043	-,4347	-,0853		
Mudança no Universalismo	0	73	,4795	,71416	,3128	,6461	1,341	0,250
	1	27	,2963	,66746	,0323	,5603		
	Total	100	,4300	,70329	,2905	,5695		
Mudança na Realização	0	73	-,3425	,82864	-,5358	-,1491	0,277	0,600
	1	27	-,2407	,93408	-,6103	,1288		
	Total	100	-,3150	,85474	-,4846	-,1454		
Mudança na Segurança	0	73	,3288	1,11249	,0692	,5883	0,897	0,346
	1	27	,5556	,91287	,1944	,9167		
	Total	100	,3900	1,06263	,1792	,6008		
Mudança na Estimulação	0	73	-,2740	1,19618	-,5531	,0051	0,007	0,932
	1	27	-,2963	1,04015	-,7078	,1152		
	Total	100	-,2800	1,15102	-,5084	-,0516		
Mudança na Conformidade	0	73	,0890	1,07478	-,1617	,3398	0,627	0,430
	1	27	-,0926	,84395	-,4264	,2413		
	Total	100	,0400	1,01673	-,1617	,2417		
Mudança na Tradição	0	73	,4110	,88326	,2049	,6170	2,731	0,102
	1	27	,0926	,77257	-,2130	,3982		
	Total	100	,3250	,86274	,1538	,4962		
Mudança no Hedonismo	0	73	,1233	,81556	-,0670	,3136	0,100	0,752
	1	27	,1852	1,00142	-,2110	,5813		
	Total	100	,1400	,86480	-,0316	,3116		
Mudança na Benevolência	0	73	,3014	,53839	,1758	,4270	0,456	0,501
	1	27	,2222	,46685	,0375	,4069		
	Total	100	,2800	,51893	,1770	,3830		

Fonte: Dados da pesquisa

Outro acontecimento que se examinou a correlação com a mudança de valores foi a idade com que a pessoa começou a exercer. O critério para separação dos grupos foi a média (23,0 anos para iniciar a principal profissão exercida na vida), então, tem-se que: 0 = iniciou a profissão até 23 anos; 1 = começou a exercer a principal profissão depois dos 23 anos. Os resultados da Tabela 32 indicam que não há relação entre a idade em que se iniciou a profissão mais exercida ao longo da vida e a mudança de valores.

**Tabela 32 - Mudança de Valores x Idade em que se Iniciou a Profissão mais Exercida ao Longo da Vida**

		Descritivos				ANOVA		
		N	Média	Desvio padrão	Intervalo de confiança de 95% para média		F	Sig.
					Limite inferior	Limite superior		
Mudança Total Valores	0	59	,1062	,39501	,0033	,2092	0,009	0,925
	1	44	,0989	,38117	-,0170	,2147		
	Total	103	,1031	,38728	,0274	,1788		
Mudança na Autodeterminação	0	59	,2542	,84778	,0333	,4752	0,020	0,888
	1	44	,2273	1,09680	-,1062	,5607		
	Total	103	,2427	,95708	,0557	,4298		
Mudança no Poder	0	59	-,2712	,87258	-,4986	-,0438	0,064	0,801
	1	44	-,2273	,87241	-,4925	,0380		
	Total	103	-,2524	,86849	-,4222	-,0827		
Mudança no Universalismo	0	59	,4349	,70416	,2514	,6184	0,034	0,855
	1	44	,4093	,69241	,1988	,6198		
	Total	103	,4240	,69586	,2880	,5600		
Mudança na Realização	0	59	-,3136	,83510	-,5312	-,0959	0,093	0,761
	1	44	-,2614	,89240	-,5327	,0100		
	Total	103	-,2913	,85613	-,4586	-,1239		
Mudança na Segurança	0	59	,4153	,99200	,1567	,6738	0,167	0,684
	1	44	,3295	1,13067	-,0142	,6733		
	Total	103	,3786	1,04896	,1736	,5836		
Mudança na Estimulação	0	59	-,3136	1,22439	-,6326	,0055	0,230	0,633
	1	44	-,2045	1,01911	-,5144	,1053		
	Total	103	-,2670	1,13720	-,4892	-,0447		
Mudança na Conformidade	0	59	,1949	1,04228	-,0767	,4665	2,775	0,099
	1	44	-,1364	,93612	-,4210	,1482		
	Total	103	,0534	1,00711	-,1434	,2502		
Mudança na Tradição	0	59	,2966	,87158	,0695	,5237	0,277	0,600
	1	44	,3864	,83432	,1327	,6400		
	Total	103	,3350	,85287	,1683	,5016		
Mudança no Hedonismo	0	59	,0763	,86510	-,1492	,3017	0,467	0,496
	1	44	,1932	,85055	-,0654	,4518		
	Total	103	,1262	,85669	-,0412	,2936		
Mudança na Benevolência	0	59	,2712	,51963	,1358	,4066	0,000	0,988
	1	44	,2727	,51098	,1174	,4281		
	Total	103	,2718	,51343	,1715	,3722		

Fonte: Dados da pesquisa

O procedimento foi replicado para avaliar o impacto do número de mudança de empregos ao longo da vida na mudança dos valores pessoais. Classificaram, então, os entrevistados em dois grupos: 0 = nenhuma ou até 2 mudanças de emprego; 1 = três mudanças ou mais de emprego. Neste caso, houve um valor cuja variação ao longo da vida é impactada pela quantidade de empregos que se teve: é a segurança. Quanto mais alternância de empregos se teve, maior é a mudança do valor segurança (Tabela 33).

**Tabela 33 - Mudança de Valores x Quantidade de Mudanças de Emprego**

		Descritivos					ANOVA	
		N	Média	Desvio padrão	Intervalo de confiança de 95% para média		F	Sig.
					Limite inferior	Limite superior		
Mudança Total Valores	0	50	,0427	,37612	-,0642	,1496	2,273	0,135
	1	54	,1562	,39035	,0496	,2627		
	Total	104	,1016	,38594	,0265	,1767		
Mudança na Autodeterminação	0	50	,2600	,98063	-,0187	,5387	0,019	0,890
	1	54	,2870	1,00283	,0133	,5608		
	Total	104	,2740	,98749	,0820	,4661		
Mudança no Poder	0	50	-,4100	,87301	-,6581	-,1619	2,834	0,095
	1	54	-,1296	,82522	-,3549	,0956		
	Total	104	-,2644	,85604	-,4309	-,0979		
Mudança no Universalismo	0	50	,3266	,68147	,1329	,5203	1,755	0,188
	1	54	,5063	,70005	,3152	,6974		
	Total	104	,4199	,69372	,2850	,5548		
Mudança na Realização	0	50	-,2200	,89306	-,4738	,0338	0,813	0,369
	1	54	-,3704	,80789	-,5909	-,1499		
	Total	104	-,2981	,84910	-,4632	-,1329		
Mudança na Segurança	0	50	,1600	,87738	-,0893	,4093	4,431	0,038
	1	54	,5833	1,14410	,2711	,8956		
	Total	104	,3798	1,04160	,1772	,5824		
Mudança na Estimulação	0	50	-,2800	1,22541	-,6283	,0683	0,003	0,959
	1	54	-,2685	1,05380	-,5562	,0191		
	Total	104	-,2740	1,13394	-,4946	-,0535		
Mudança na Conformidade	0	50	-,0800	1,15334	-,4078	,2478	1,345	0,249
	1	54	,1481	,83908	-,0809	,3772		
	Total	104	,0385	1,00410	-,1568	,2337		
Mudança na Tradição	0	50	,3500	,78409	,1272	,5728	0,010	0,921
	1	54	,3333	,91115	,0846	,5820		
	Total	104	,3413	,84837	,1764	,5063		
Mudança no Hedonismo	0	50	,0500	,84061	-,1889	,2889	0,562	0,455
	1	54	,1759	,86960	-,0614	,4133		
	Total	104	,1154	,85398	-,0507	,2815		
Mudança na Benevolência	0	50	,2500	,53690	,0974	,4026	0,211	0,647
	1	54	,2963	,49065	,1624	,4302		
	Total	104	,2740	,51142	,1746	,3735		

Fonte: Dados da pesquisa

Por fim, o último evento da vida que se contrasta com a mudança de valores pessoais é se a pessoa teve ou não alguma doença grave (física ou psíquica) que tenha afetado o seu cotidiano. A divisão da amostra ocorreu da seguinte forma: 0 = nunca teve nenhuma doença impactante; 1 = teve alguma doença que modificou a sua rotina (indiferente se foi física ou psíquica). Visualizando-se a Tabela 34, extrai-se que ter uma doença grave não é fator que impacta significativamente na mudança, fugindo do esperado.

**Tabela 34 - Mudança de Valores x Ter ou Não Doença Grave**

Descritivos		N	Média	Desvio padrão	Intervalo de confiança de 95% para média		ANOVA	
					Limite inferior	Limite superior	F	Sig.
Mudança Total Valores	,00	58	,0911	,37603	-,0078	,1900	0,101	0,751
	,1,00	48	,1149	,39325	,0007	,2291		
	Total	106	,1019	,38226	,0283	,1755		
Mudança na Autodeterminação	,00	58	,1638	,88550	-,0690	,3966	1,605	0,208
	,1,00	48	,4063	1,08499	,0912	,7213		
	Total	106	,2736	,98351	,0842	,4630		
Mudança no Poder	,00	58	-,2759	,96959	-,5308	-,0209	0,008	0,928
	,1,00	48	-,2604	,75081	-,4784	-,0424		
	Total	106	-,2689	,87335	-,4371	-,1007		
Mudança no Universalismo	,00	58	,4197	,69391	,2372	,6021	0,006	0,936
	,1,00	48	,4306	,70166	,2269	,6344		
	Total	106	,4246	,69412	,2909	,5583		
Mudança na Realização	,00	58	-,3448	,86454	-,5721	-,1175	0,582	0,447
	,1,00	48	-,2188	,82453	-,4582	,0207		
	Total	106	-,2877	,84501	-,4505	-,1250		
Mudança na Segurança	,00	58	,5086	1,16035	,2035	,8137	2,073	0,153
	,1,00	48	,2188	,84995	-,0280	,4655		
	Total	106	,3774	1,03696	,1777	,5771		
Mudança na Estimulação	,00	58	-,3966	1,03770	-,6694	-,1237	1,542	0,217
	,1,00	48	-,1250	1,21384	-,4775	,2275		
	Total	106	-,2736	1,12363	-,4900	-,0572		
Mudança na Conformidade	,00	58	,0776	,94033	-,1697	,3248	0,158	0,692
	,1,00	48	,0000	1,06691	-,3098	,3098		
	Total	106	,0425	,99551	-,1493	,2342		
Mudança na Tradição	,00	58	,4224	,85738	,1970	,6479	0,822	0,367
	,1,00	48	,2708	,85650	,0221	,5195		
	Total	106	,3538	,85626	,1889	,5187		
Mudança no Hedonismo	,00	58	,0690	,76347	-,1318	,2697	0,273	0,603
	,1,00	48	,1563	,95737	-,1217	,4342		
	Total	106	,1085	,85358	-,0559	,2729		
Mudança na Benevolência	,00	58	,2672	,57899	,1150	,4195	0,028	0,867
	,1,00	48	,2500	,44959	,1195	,3805		
	Total	106	,2594	,52204	,1589	,3600		

Fonte: Dados da pesquisa

O Quadro 13 resume as associações encontradas entre eventos e circunstâncias da vida e mudança de valores.

**Quadro 13 - Resumo do Impacto dos Eventos/Circunstâncias na Mudança dos Valores Pessoais**

Evento/Circunstância	Mudança dos Valores										
	Mudança Total	Autodeterminação	Estimulação	Hedonismo	Realização	Poder	Segurança	Conformidade	Tradição	Benevolência	Universalismo
Gênero		x					x				
Estado civil							x	x			
Naturalidade											
Tipo de profissão							x				
Nível de escolaridade					x		x				x
Princípio religioso											
Cultura											
Quantidade de filhos											
Quantidade de netos											
Perda de um pai											
Idade do primeiro emprego											
Idade que iniciou a principal profissão											
Quantidade de mudança de emprego							x				
Ter ou não doença grave											

Fonte: Dados da pesquisa

## 6 CONCLUSÕES

Neste capítulo final, serão discutidos os resultados encontrados na pesquisa, as implicações gerenciais, as limitações do método e oportunidades de pesquisas futuras.

O objetivo geral desta dissertação foi verificar se existe mudança nos valores pessoais em diferentes momentos da vida; para tanto, contrastaram-se os valores dos indivíduos em dois períodos marcantes da vida: em torno dos 25 anos (início da vida adulta) e em torno dos 60 anos (início da velhice).

Para responder aos objetivos específicos e tendo como referência especialmente os achados de Schwartz (1992; 2005b) e de Bardi *et al.* (2009), traçou-se um plano metodológico para analisarem-se os dados coletados através das entrevistas face a face. Este plano está ilustrado no Quadro 14.

**Quadro 14 - Objetivos Específicos x Técnica de Análise x Resultados**

<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Técnicas de Análise de Dados</b>	<b>Resultados</b>
a) Analisar a hierarquia dos valores pessoais nos diferentes momentos da vida	- Compilação dos itens que formam cada tipo de valor motivacional para cálculo conjunto da média e do desvio-padrão - Organização em ordem decrescente de média (importância)	- Pequenas alterações na ordem do ranking
b) Avaliar a existência de diferenças na importância dos valores pessoais nas diferentes etapas da vida dos indivíduos	- Teste comparativo de médias/Análise de variância (ANOVA) entre as médias indicadas aos 25 (=0) e aos 60 anos (=1)	- Mudanças estatisticamente significativas para Autodeterminação, Estimulação, Segurança, Tradição, Benevolência e Universalismo - Estabilidade para “Hedonismo” e “Conformidade”
c) Comparar proximidades/relacionamentos dos valores pessoais entre os diferentes momentos da vida	- Organização do mapa perceptual nos dois períodos (25 e 60 anos) através do EMD (ALSCAL) - Comparativo às regiões do modelo circular de Schwartz (1992) - Comparativo entre os períodos analisados	- Refletem parcialmente a estrutura teórica de semelhanças/dessemelhanças - Nos dois períodos, valores de “Abertura à Mudança” aproximam-se bastante de “Autotranscendência”, indicando aceitação da diversidade, do prazer em ajudar os outros
d) Examinar a associação entre eventos/circunstâncias da vida e mudança de valores	- Cálculo do delta de mudança (tempo 2 – tempo 1) para cada um dos dez tipos de valores pessoais - Comparação das médias dos deltas de mudança de grupos formados em função das características dos eventos/circunstâncias	- Nível de escolaridade é a circunstância que mais se correlaciona com a mudança de valores - A mudança do valor “Segurança” é a que mais se correlaciona com eventos

Fonte: Dados da pesquisa

## 6.1 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Considerando-se o primeiro objetivo específico, que é analisar as ordens hierárquicas da importância dos valores pessoais nos diferentes momentos da vida, observa-se como valor constante prioritário a “Benevolência”. Como atributo forte desta amostra, ao longo da vida, sempre foi e é prioritário o bem-estar das pessoas próximas. Ser prestativo, honesto, ter amizade verdadeira e responsabilidade pelas pessoas cativadas são características motores para estas pessoas.

O “Universalismo” não está longe de ser uma característica importante e constante para o grupo, passa de terceiro para segundo lugar com a mudança de idade. A preocupação não só com o grupo próximo, mas com todas as pessoas e com a natureza é uma característica intrínseca desta amostra.

A importância destes dois valores pode refletir que esta amostra pode ser rotulada como fortemente preocupada com o outro, ou, utilizando-se o objetivo mais amplo, como “Autotranscendente”, isto é, que aceita os outros como iguais e se preocupa com a harmonia coletiva.

E esta compreensão complementa-se com o fato de que o valor “Poder” teve, em ambas as situações, a menor posição na hierarquia. Este valor, cujo objetivo amplo é a “Autopromoção” e cuja motivação é a diferenciação do *status* e domínio sobre os outros, está corretamente alinhado na posição inversa aos valores da “Autotranscendência”.

Considerando-se a característica de que 45% da amostra trabalhavam voluntariamente em uma ONG, os valores de transcendência sendo mais importantes no *ranking* e os de autopromoção tendo a menor média mostram-se adequados ao perfil dos respondentes – interessante mantidos em posições similares nos dois períodos de vida analisados. Este fato corrobora o exemplo de Schwartz (2005b), que apontava que, para um alto nível de cooperação, seria necessário que valores de “Benevolência” (e afins) tivessem prioridade e que fosse dada baixa importância para valores opostos (como “Poder”).

Ordinalmente, “Hedonismo” está em segundo lugar no ranking de importância dos valores pessoais em torno dos 25 anos e perde posições nos 60 anos, quando ocupa, então, a quarta posição. Este pensamento de que a busca pelo prazer é mais relevante no início da vida do que na velhice parece lógico, quando se pensa na quantidade de festas e saídas que se faz quando jovem. Contudo, esta diferença não é validada na ANOVA, quando se verifica que não há significância estatística na alteração das duas médias.

Em ambas as fases analisadas, “Universalismo” está seguido de “Autodeterminação”, o que reflete também a motivação subjacente já preconizada na teoria de Schwartz (1994), de que estes dois valores perseguem a confiança nas próprias escolhas e na aceitação e conforto decorrente da existência da diversidade.

A “Segurança” aparece na mesma ordem hierárquica de importância; contudo, no teste ANOVA, verifica-se um aumento da importância deste valor aos 60 anos.

A inversão na ordem hierárquica dos valores “Conformidade” e “Tradição” de um momento a outro é compreendida também pela análise da variância elaborada, que condiz com um aumento significativo da média do valor “Tradição”.

Analisando o ranking ordinal das médias, verifica-se que “Estimulação” e “Realização” ocupam as mesmas posições; contudo, no comparativo de médias verifica-se um decréscimo estatisticamente significativo da “Estimulação” aos 60 anos.

Esta etapa serviu para a identificação ordinal dos valores, considerando a média apenas como uma condição para posicionar os dez tipos de valores em uma ordem. A verdadeira mudança, significativa estatisticamente foi medida na análise seguinte, com a realização do teste ANOVA, visando, então, à resposta do segundo objetivo específico que é verificar se há existência significativa de alteração na importância dos valores pessoais nas diferentes etapas da vida.

Observou-se que o valor “Autodeterminação” aumenta sua importância com a idade, o que diverge da teoria de Schwartz (1992). Avaliando-se esse resultado, pode-se compreender que, com o avançar da idade, as pessoas, pelo menos desta amostra, tornam-se mais donas de si, buscando a sua maior satisfação através das próprias escolhas e definindo pro si modos de fazer e encarar a vida, tornam-se mais independentes em relação a pensamentos e escolhas (permitem-se pensar diferente), buscam o autorrespeito, por isso a importância do valor “Autodeterminação” cresce. Este argumento pode ser reforçado por passagens da questão qualitativa:

*“Quando eu tinha 25 anos, já estava casado. A tomada de decisão das maiores coisas da casa era minha, mas, em geral, compartia a decisão com a minha esposa. No trabalho, seguia o padrão do que o chefe falava, conversava muito com ele. Mas traçando um comparativo para hoje, hoje faço as coisas do meu jeito, extravaso muito mais a minha criatividade, as minhas habilidades manuais, talvez porque hoje tenha mais tempo e menos pressão. Sempre fui de ler muito, de aprender sozinho, de ir atrás, mas hoje minha curiosidade é ainda maior, tenho mais sede de conhecimento”.*

[Entrevistado N° 3]

*“Ah, quando eu tinha uns 25 anos, tinha de dividir as decisões com meu marido, fui criada assim, que tinha de seguir o que o homem da casa falasse, fui criada muito submissa e isso eu levei para o meu casamento. Para que desse certo, eu achava que tinha de ser como ele queria. Mas hoje, graças a Deus, é diferente, estou separada e dona de mim, da minha vida, das minhas coisas, voltei a estudar, comecei a trabalhar, me valorizo mais, me respeito mais. Hoje é como eu quero e é isso que tenho tentado mostrar para a minha filha”.*

[Entrevistada n° 36]

O valor seguinte analisado foi a “Estimulação”, cuja redução da importância foi comprovada estatisticamente, corroborando com os achados de Schwartz (1992; 2005b). Isto indica que as pessoas passam a acomodar-se mais, preferindo a realização de atividades já conhecidas/desempenhadas a aventurar-se em coisas novas, a necessidade de agitação e desafio decresce. Este fato ainda poderia ter sua interpretação complementada com as características da degeneração corpórea do avançar da idade, como enfraquecimento do tônus muscular e perdas sensoriais, abordadas por Hayflick (1996) e Guiot (2006).

Contudo, este dado não se ajusta ao achado anterior, que fala que a “Autodeterminação” aumenta com a idade, visto que “Autodeterminação” e “Estimulação” são ambos valores de abertura à mudança. O primeiro aumentaria com a idade e o segundo decresceria. A vontade de independência aumenta, mas a necessidade de uma vida variada diminui, talvez devido às questões físicas do envelhecimento (perda do tônus muscular, entre outras características), que não são coerentes com uma vida agitada. As conquistas da idade levam à valorização da liberdade, sendo que esta não está vinculada à excitação, a uma vida

agitada, está ligada à privacidade, a escolhas que podem manter-se constantes/iguais, mas, ainda assim, são escolhas próprias.

O próximo comparativo de mudança de valores entre os 25 e os 60 anos foi em relação ao “Hedonismo”. Nesta análise, constatou-se que não há mudança estatisticamente significativa entre um período e outro (como comentado anteriormente). Este resultado difere da teoria de Schwartz (2005b), para quem o valor “Hedonismo” teria menor importância com o avançar da idade. Esta diferença pode estar atrelada a características da sociedade atual, representada nesta amostra, que está valorizando o prazer e a autoindulgência a qualquer idade (exemplo disso é o crescimento do número de agências de viagens especializadas em atender o público da terceira idade, clubes de aposentados, descontos para terceira idade para acessar atividades culturais, como cinema e teatro).

Ainda, esta não diferença entre as médias do valor “Hedonismo” nos dois períodos de vida analisados pode ser um fechamento para a divergência que existe na literatura. Schwartz (2005b) afirma que esse valor é mais importante no início da vida, Sheth, Mittal e Newman (2001) argumentam que “Hedonismo” seria mais valorizado na fase maturidade, quando os pais já não têm mais os filhos em casa e podem gastar mais consigo. O achado desta pesquisa indica que não há diferença estatisticamente significativa da importância média desse valor ao longo da vida, pelo menos para a amostra pesquisada. O que se argumenta é que o prazer é peça relevante para a vida em todos os momentos; contudo, o que proporciona prazer em cada época é diferente, as circunstâncias econômicas são diferentes, mas o valor pessoal permanece. Ao analisar-se a hierarquia dos valores aos 25 e aos 60 anos, observa-se que na fase jovem, esse valor está na segunda posição, enquanto que na fase mais madura, está em quarto lugar; mas o teste comparativo de médias ANOVA indica que não há diferenças significativas. Agregando-se pontos levantados na questão qualitativa para resgate da experiência de vida em torno dos 25 anos, argumenta-se que esta não alteração do “Hedonismo” pode estar vinculada à mudança do que é/dá prazer ao longo da vida, mas a importância do valor *per se* permanece.

*“Nessa época [em torno dos 25 anos], eu não tinha muito dinheiro para as coisas, curtia jogar bola todos os finais de semana, ia na casa dos meus pais, tomava cerveja com a turma. Não pensava muito na vida, queria só viver e viver bem. Tá, eu sei, já te respondi antes sobre isso, mas hoje também gosto de viver bem, mas posso fazer coisas diferentes, meu*

*divertimento vem de levar a Lu a um bom restaurante, ir para a praia de vez em quando... tudo é bom!”*

[Entrevistado N° 35]

*“ [Em torno dos 25 anos] Eu tinha um estilo de vida com muita liberdade, tinha uma situação estável, morava com meus pais, morar no litoral te dá uma qualidade de vida diferente. Meu lazer era de uma cidade litorânea – praia, esportes, namoro, viagens. Hoje, aqui em Porto Alegre, eu também procuro fazer coisas que me dão prazer, mas é diferente, gosto de inventar de ser chef, gosto de convidar os amigos para jantarem, tomar um vinho, essas coisas”.*

[Entrevistado N° 71]

A avaliação seguinte refere-se à mudança do valor “Realização” entre os diferentes momentos da vida. Esta estatística não foi significativa, indicando que não há mudança relevante da importância deste valor entre um período e outro; contudo, os valores próximos aos aceitáveis não permitem uma afirmação categórica a respeito, isto pode representar um problema do tamanho da amostra. Se considerada a não diferença do valor pessoal entre as etapas, o resultado diverge do esperado por Schwartz (2005b), que afirmou que o valor “Realização” teria uma maior importância no início da vida adulta. Construindo-se em cima deste achado, como o fator “Realização” vincula o sucesso pessoal à aprovação dos outros (demonstração de competência de acordo com padrões sociais), a justificativa para esta média mais baixa em ambos os períodos da vida pode estar relacionada a uma característica da sociedade brasileira, representada nesta amostra, que é o “Coletivismo”, que diz respeito a pensar mais no bem-estar do grupo do que no sucesso individual, a sociedade brasileira não é tão competitiva, tão exibicionista e não exclui o perdedor (HOFSTEDDE, 2013). Se aceito que as estatísticas estão próximas dos valores indicados para análise que caracteriza a diferença das médias, o leve decréscimo de importância do valor “Realização” dos 25 para os 60 anos alinha-se à teoria.

Na análise da mudança do valor “Poder” entre as diferentes etapas do ciclo de vida, novamente os cálculos estatísticos não permitem afirmar consistentemente a existência de diferenças entre as médias – esta “zona cinza” pode ter ocorrido em função do tamanho da amostra. Porém, como os valores encontrados estão muito próximos dos indicados na literatura para interpretação da ANOVA, pode-se inferir certo decréscimo da importância do

valor “Poder” dos 25 para os 60 anos, o que reforça Schwartz (2005b). Este fato pode ocorrer por a pessoa já ter alcançado certa diferenciação de status social e/ou riqueza e, portanto, não sente mais necessidade de reconhecimento social, por isso reduz a importância do valor.

As considerações seguintes são em relação ao valor “Segurança”. Nos dados desta amostra, observou-se mudança estatisticamente significativa para este valor, cuja importância cresceu aos 60 anos em comparação à dos 25 anos. Este fato reforça a teoria de Schwartz (1992; 2005b), que preconizava o aumento deste valor com o aumento da idade. Um ambiente seguro, estável, para si, para a família e para a sociedade, e o senso de pertencimento são questões prioritárias para pessoas mais velhas.

O valor “Conformidade” não produziu alteração estatisticamente significativa de um tempo a outro (dos 25 para os 60 anos). Isto difere de Schwartz (1992; 2005b), para indicava que este valor pessoal teria aumento de importância ao longo da vida. Novamente, para justificar esta diferença, procuram-se propriedades culturais sociais, que podem estar representadas nesta amostra, como a característica brasileira de maior distanciamento do poder (HOFSTEDE, 2013). O brasileiro respeita as diferenças de poder, *status* e de idade e, com isso, limita sua ação às expectativas sociais, aceita a desigualdade e a hierarquia, conforma-se mais. Inclusive, o contrário poderia ser depreendido de alguns trechos da parte qualitativa da entrevista:

*Eu tive a minha primeira filha com 25 anos. Tinha me casado com 22 e achava que a vida seria tranquila, eu aceitava o que vinha, aceitava as regras, seguia o marido. Minha mãe morreu uns meses antes do meu casamento, foi um baque. E, para completar, quando eu engravidei, meu marido me deixou, saiu de casa e nunca mais voltou. E foi aí que começou a revolução na minha vida, tive que começar a trabalhar, fui praticamente mãe solteira, tinha de sustentar a minha filha, então eu trabalhava sete dias por semana, não tinha quase diversão. Foi super complicada a luta, mas eu venci, não me conformei, não aceitei, batalhei e consegui. Não aceitei o que a sociedade me impunha. Hoje minhas duas filhas são formadas e eu posso desfrutar um pouco mais da vida.*

[Entrevistada N° 12]

Para a “Tradição”, houve um acréscimo significativo da média de importância dos 25 para os 60 anos, condizente com a teoria (SCHWARTZ, 1992; 2005b). A relevância da “Tradição” cresce com a maturidade, uma vez que as pessoas aceitam melhor seus costumes e

religião, até como sinal de respeito ao que já viveu e tornam-se mais moderadas, aceitando melhor os comportamentos e crenças alheias.

A “Benevolência” também tem crescimento significativo com a maturidade, em harmonia com o proposto por Schwartz (1992). Disto, por não ser apenas uma característica da amostra, depreende-se que, com a maturidade, há um avanço no sentimento de preservação e fortalecimento do bem-estar das pessoas próximas, há maior lealdade, responsabilidade pelos entes próximos.

E, assim como “Benevolência”, o outro valor da “Autotranscendência” – “Universalismo” – também tem sua importância aumentada com a idade. Este resultado difere da teoria original de Schwartz (1992), mas converge com os achados mais recentes do autor (2005b). O crescimento da importância do “Universalismo” ao longo da vida pode estar vinculado à realidade atual brasileira e mundial, pela busca de um mundo de paz – valor mais apreciado hoje do que anteriormente, no início da vida adulta da amostra entrevistada, quando a violência não era tão alarmante, quando não se falava tanto na preservação da natureza e não se tinha maturidade o suficiente para escutar pessoas que tivessem pensamento ou posição diferente em relação a determinado assunto.

*“Minha preocupação era comigo mesmo, em me formar, me tornar independente, eu era o centro das minhas atenções. Vim morar em Porto Alegre na Casa do Estudante, queria curtir a Osvaldo [Aranha], enquanto eu me decidia entre um curso e outro. Não tinha preocupações com outras pessoas, queria mais saber de mim, de dar certo”.*

[Entrevistado N° 78]

Destas considerações, salienta-se, então, que os valores mais estáveis, que não sofreram modificações significantes ao longo da vida foram “Hedonismo” e “Conformidade”. A importância de “Autodeterminação”, “Segurança”, “Tradição”, “Benevolência” e “Universalismo” cresce com o passar dos anos. Para “Estimulação”, a importância decresce. E, para “Realização” e “Poder”, não se pode afirmar categoricamente as modificações na importância, dados os resultados estatísticos estarem abaixo, mas próximos aos indicados na literatura para que se considere a diferença de médias entre os períodos.

Para cumprir o terceiro objetivo específico, que é comparar as proximidades motivacionais dos valores pessoais entre os diferentes momentos da vida, procedeu-se uma

análise de escalonamento multidimensional, que propiciou os mapas perceptuais de associações de semelhanças/distanciamentos entre os valores nas duas etapas da vida avaliadas e oportunizou os comparativos devidos.

Em relação à teoria (SCHWARTZ, 1992; MAIO *et al.*, 2009), analisando-se, primeiramente, o mapa dos 25 anos desta amostra, foram identificadas as quatro polaridades e nove claras regiões. Observa-se que os valores “Realização” e “Poder” estão muito próximos, misturados em uma única região, diferente do modelo circular original. A explicação para comporem a mesma região deriva da compreensão da lógica de que ambos os valores objetivam o sucesso e conseqüente status decorrente desse sucesso, ou seja, compartilham a motivação subjacente. Ainda, ambos são valores individualistas e fazem parte da mesma polaridade que é a “Autopromoção”. Este resultado está em linha com o encontrado por Tamayo e Porto (2009) na validação do PVQ 40 no Brasil, com o que se pode depreender que, no Brasil, estes valores não estão dissociados. A aproximação/mistura destes dois valores também foi encontrada por Bardi *et al.* (2009), no primeiro experimento organizado.

A próxima região fronteira é entre “Realização/Poder” e “Estimulação”. A teoria (SCHWARTZ, 1992) preconizava que “Hedonismo” deveria estar entre “Realização/Poder” e “Estimulação”. Bem, analisando-se o encontrado, observa-se que “Realização/Poder” e “Estimulação” também são valores individuais, mas não compartilham a mesma motivação superior, os primeiros são da “Autopromoção” e o último pertence à “Abertura à Mudança”. Pode-se depreender que a motivação compartilhada entre as regiões pode estar encimada pelo fato de que excitação e uma vida variada podem trazer sentimento de realização pessoal neste momento da vida (25 anos).

A fronteira seguinte é entre “Estimulação” e “Autodeterminação”, como previsto por Schwartz (1992). Ambos são valores individualistas e pertencem à dimensão de perseguir seus próprios interesses (“Abertura à Mudança”). A motivação compartilhada tem ênfase no interesse pela novidade, por escolher seus próprios caminhos.

“Autodeterminação” também está ladeada por “Hedonismo”, sendo que, no modelo teórico (SCHWARTZ, 1992), que não eram regiões limítrofes. Pode-se inferir que a afinidade das motivações compartilhadas pode estar calcada na compreensão de que, nesta idade, a independência e o autorrespeito, focos da “Autodeterminação”, podem ser formas de busca do prazer e da gratificação sensual, focos do “Hedonismo”. Ambos são fatores individualistas e refletem a dimensão de “Abertura à Mudança”.

Na teoria de Schwartz (1992), “Hedonismo” pode compor tanto a polaridade “Abertura à Mudança” quanto “Autopromoção”; entretanto, face à posição indicada neste mapa, este valor acaba sendo compreendido apenas dentro de “Abertura à Mudança”, reforçando o achado de Campos e Porto (2010).

Na outra ponta, “Hedonismo” está próximo de “Benevolência”, antes valores opostos (SCHWARTZ, 1992). O primeiro é um valor individualista, o segundo, coletivista. O primeiro está relacionado à dimensão “Abertura à Mudança” e/ou “Autopromoção” (de acordo com a teoria), o segundo à “Autotranscendência”. Esta aproximação entre os valores (refletindo semelhanças), quando analisado o mapa perceptual das pessoas aos 25 anos desta amostra, pode indicar que a preocupação com pessoas queridas (incluindo amigos e família) pode ser uma forma de obtenção de prazer. O convívio com amigos (e a preocupação e envolvimento com eles) é sabidamente uma forma de prazer quando se é jovem. Resgatando-se observações na pergunta qualitativa aplicada nas entrevistas, muitas pessoas comentaram que, quando eram jovens, não tinham muito dinheiro, então as formas de prazer vinham do convívio com os amigos e dos almoços em família. Infere-se, então, que o convívio pode gerar um aumento de responsabilidade em relação aos entes queridos.

A fronteira seguinte, entre “Benevolência” e “Universalismo”, replica a composição da teoria (SCHWARTZ, 1992). Ambos os valores podem ser compreendidos como coletivistas, formam juntos a dimensão “Autotranscendência” e têm motivações semelhantes: preocupação e preservação com os entes próximos e preocupação com todas as pessoas e com a natureza.

“Universalismo” também está justaposto ao valor “Segurança”, cuja proximidade não se verifica na literatura (SCHWARTZ, 1992). Estes dois valores podem ser tanto compreendidos como coletivistas quanto individualistas. O primeiro pertence à dimensão “Autotranscendência” e o segundo à “Conservação”. Entende-se que “Segurança” tem motivação subjacente com “Universalismo” no sentido de garantir a harmonia e estabilidade das relações com as pessoas e do ambiente, o que dá segurança às relações, à vida.

O limite seguinte acontece entre “Segurança” e “Conformidade” e “Tradição”, replicando o modelo teórico (SCHWARTZ, 1992), inclusive na posição dos valores “Conformidade” e “Tradição”, que dividem uma mesma região. Os três podem ser compreendidos como valores coletivistas e formam, em conjunto, os valores da dimensão “Conservação”. Como motivação subjacente, entende-se a garantia e a manutenção das normas, costumes e cultura.

A última fronteira a ser analisada neste mapa perceptual dos valores aos 25 anos liga “Conformidade”, “Tradição” e “Realização/Poder”. No modelo teórico de Schwartz (1992), estes valores estariam separados pela “Segurança”. “Conformidade” e “Tradição” são valores coletivistas, “Realização/Poder” são individualistas. Os primeiros pertencem à dimensão “Conservação”, os segundos à “Autopromoção”. Pode-se associar, neste caso dos valores aos 25 anos, que, para atingir “Realização/Poder”, é necessário certo domínio ou controle dos arranjos sociais e culturais, focos compartilhados pela “Conformidade” e pela “Tradição”.

Como achados desta primeira comparação entre o mapa perceptual dos valores pessoais aos 25 anos e do modelo circular teórico, destaca-se que há grande convergência do círculo aplicado à teoria. Foi possível identificar e diferenciar as quatro polaridades – motivações mais amplas dos valores (“Abertura à Mudança”, “Autotranscendência”, “Conservação” e “Autopromoção”) e nove regiões claras dos valores pessoais.

De mais relevante, as diferenças ressaltadas entre teoria e o modelo plotado para os valores pessoais aos 25 anos são: a) a amalgamação formada por “Realização” e “Poder”, unificando a motivação de diferenciação do status proveniente do sucesso pessoal e b) “Hedonismo” passa a ser compreendido exclusivamente sob a óptica da “Abertura à Mudança” e não mais compartilha a óptica da “Autopromoção”. O prazer, aqui, está mais ligado desejo pelo novo e pelo bem-estar. O “Hedonismo” (“Abertura à Mudança”) também se aproxima de “Benevolência” (“Autotranscendência”), indicando que o prazer pode vir de fazer-se o bem a quem se gosta.

Da análise do mapa perceptual dos valores pessoais aos 60 anos, comparativamente à teoria de Schwartz (1992) reforçada por Maio *et al.* (2009), observam-se sete claras regiões dos valores, duas dimensões separadas (“Autopromoção” e “Conservação”) e os valores misturados das outras duas dimensões (“Autotranscendência” e “Abertura à Mudança”). Este mapa formado a partir das percepções dos indivíduos em torno dos 60 anos não replicou tão bem a estrutura teórica proposta.

Novamente, assim como aos 25 anos, “Hedonismo” posicionou-se mais na polaridade “Abertura à Mudança” do que como também pertencente à classe de “Autopromoção”.

No mapa dos 60 anos, “Tradição” (um valor da polaridade “Conservação” separado dos demais valores deste grupo – “Conformidade” e “Segurança”) ficou próximo ao valor “Estimulação” (um valor de “Abertura à Mudança”) – valores opostos no modelo de Schwartz (1992). Bardi *et al.* (2009) encontraram o mesmo no estudo 3. Esta diferença também se dá

em relação ao mapa perceptual dos 25 anos. Pode-se justificar esta mudança aos 60 anos quando se compreende a necessidade de variedade (“Estimulação”) como sendo satisfeita por um maior conhecimento dos costumes e cultura (“Tradição”), o que faz sentido com a valorização da história vivida, do grupo a que se pertence, tipicamente encontrada na maturidade.

Em relação ao mapa dos 25 anos, a outra diferença é que na fase mais madura da vida, os valores “Autodeterminação” e “Hedonismo” (que tem a motivação mais ampla de “Abertura à Mudança”) ficaram misturados aos valores “Benevolência” e “Universalismo” (que pertencem à polaridade “Autotranscendência”); no início da fase adulta, estes valores estavam em regiões contíguas, mas separadas. Esta mistura pode refletir uma ênfase motivacional compartilhada ampla de que a busca pela liberdade de escolha e pelo prazer pode estar vinculada, ao mesmo tempo, à preocupação de bem-estar das pessoas e do ambiente, de que pode ser prazeroso ajudar os outros e escolher o cuidado como prazer, da aceitação da diversidade. A aproximação entre “Hedonismo” e “Benevolência” reforça a característica identificada no mapa dos 25 anos que é de ter prazer ao ajudar o próximo.

O que se ressalta deste mapa dos 60 anos é a relação “Tradição” e “Estimulação” – talvez a satisfação de uma vida variada esteja ligada a atividades que envolvam costumes e cultura, em fazer coisas diferentes relacionadas ao respeito da sua história – e o reforço da aproximação entre os valores de “Abertura à Mudança” e de “Autotranscendência”, que ligariam a busca do prazer à harmonia social e ambiental (reforçando uma característica já identificada nessa amostra de que fazer o bem ao próximo é também prazeroso.

Na tentativa de responder ao quarto objetivo específico que é examinar se há associação entre eventos e circunstâncias pessoais que acontecem ao longo da vida (carimbando as diversas fases do ciclo de vida) e a mudança de valores, desenvolveram-se testes de ANOVA em diversas situações para verificar o impacto de cada evento no grau de mudança de cada valor. Cruzou-se a média do delta de mudança (média dos valores aos 60 anos menos a média dos valores aos 25 anos – tempo 2 (-) tempo 1) com as diversas situações.

Analisando-se por valor, comprovou-se que a mudança do valor “Segurança” ao longo da vida foi a mais impactada por diversos eventos e/ou circunstâncias: gênero, estado civil, tipo de profissão, nível de escolaridade e a quantidade de vezes em que a pessoa mudou de emprego. Isto quer dizer, por exemplo, que a mudança deste valor pessoal é impactada pelo

sexo (ser homem ou mulher pode impactar mais ou menos a mudança, ou seja, que dependendo do sexo, a pessoa terá mais ativações do valor – neste caso, a média maior da mudança foi para homens). O nível de mudança do valor “Segurança” associada ao estado civil (de modo amplo dividido apenas entre solteiros e casados) também faz sentido, pois pessoas casadas acabam tendo maior preocupação com a segurança da família. Verificou-se também a existência da correlação entre o delta da mudança do valor “Segurança” e o tipo de profissão exercida na maior parte da vida; sendo que o interessante foi que as profissões vinculadas a níveis mais altos de escolaridade (médio e superior) tiveram médias de mudança mais altas do que as profissões vinculadas ao nível inferior de escolaridade (ensino fundamental), o que pode ser interpretado como o desenvolvimento de uma profissão com maior grau de complexidade pode gerar maior importância do valor “Segurança”, entendida pela necessidade de manutenção do *status* alcançado. Isto se repete na avaliação da mudança da “Segurança” relacionada ao grau de escolaridade, quando se vê que o aumento do nível de instrução também se conecta à mudança do valor “Segurança”, informação que difere de Schwartz (2005b), que entendia que altos níveis de escolaridade renderiam melhores empregos, mais seguros, o que diminuiria a necessidade de valorizar a “Segurança”; porém, acredita-se que, para esta amostra, quanto mais estudo uma pessoa tiver atingido ao longo da vida, mais ativa estará a necessidade de proteção (“Segurança”) para firmar tudo o que já foi conquistado (especialmente tratando-se da realidade brasileira de insegurança, da falta de garantia sobre as posses adquiridas e contratos firmados). A alternância de empregos também impacta a mudança do valor “Segurança” ao longo da vida; quanto mais empregos uma pessoa teve, maior foi a média de mudança deste valor, mais ele ficou ativo, o que pode ser compreendido, pois a instabilidade na vida profissional também gera insegurança.

A mudança do valor “Autodeterminação” ao longo da vida (dos 25 para 60 anos) foi impactada pelo gênero. Esta correlação pode estar ligada a resquícios de uma influência machista na criação, pois antigamente a mulher não tinha tanta liberdade de pensamento e escolha e, hoje, com a maturidade alcançada em torno dos 60 anos e com as diferenças dos valores e tradições da sociedade, as mulheres podem tomar mais facilmente suas próprias decisões do que no início da vida adulta, valorizando mais este valor atualmente.

A mudança do valor “Realização” ficou correlacionada ao nível de escolaridade, cuja média de mudança foi maior para quem possui alto nível de instrução (ensino superior ou pós-graduação). E isto se alinha com a Schwartz (2005b), pois níveis maiores de escolaridade podem gerar maior sentimento de sucesso pessoal.

A mudança ao longo do ciclo de vida do valor “Conformidade” está associada ao estado civil. Pessoas casadas têm uma média mais alta, o que se poderia justificar que, ao casarem, acabam tornando-se mais respeitosas em relação às normas e disciplina (especialmente na relação a dois), fortalecendo a importância (e mudança) do valor ao longo da vida.

Por fim, a última correlação encontrada diz respeito à relação entre a mudança do “Universalismo” e os diferentes níveis de escolaridade. Contudo, a teoria (SCHWARTZ, 2005b) não previa que o aumento da escolaridade pudesse afetar a mudança do valor “Universalismo” – o que se pode compreender claramente com o aumento da consciência crítica, de grupo e ambiental a que se refere esse fator.

Comentando-se o impacto na mudança dos valores a partir dos eventos, observa-se que o nível de escolaridade foi o que mais diferenciou mudanças de valores dos 25 para os 60 anos, influenciando três valores: “Realização”, “Segurança” e “Universalismo”. A alternância de gênero impactou dois valores: “Autodeterminação” e “Segurança”. As diferenças de estado civil correlacionaram-se a mudança dos valores “Segurança” e “Conformidade”. Tipo de profissão exercida na maior parte da vida influenciou a mudança do valor “Segurança”. E a quantidade de vezes em que uma pessoa mudou de emprego durante a vida também impactou a mudança do valor “Segurança”.

A não associação entre mudança de valores e a região onde o respondente nasceu surpreendeu, pois, tendo em vista que as entrevistas foram aplicadas em Porto Alegre e região metropolitana, esperava-se que o sujeito que nasceu no interior e hoje vive na capital ou próximo a ela poderia ter mudado mais de valor ao longo da vida, considerando o efeito proveniente da identificação com novos grupos externos discutido por Bardi *et al.* (2011). Esperava-se que uma pessoa do interior passasse a interpretar e adaptar os eventos a partir da óptica de valores das pessoas da região metropolitana (nova cultura) e isso pudesse gerar uma mudança maior dos valores pessoais ao longo da vida, mas este fato não foi verificado. Nesta amostra, a mudança de valor não foi impactada mais ou menos em função do tipo de região onde o entrevistado nasceu.

Schwartz (2005b) ainda havia preconizado que, quanto maior o nível de escolaridade, mais aumentaria a importância de valores de “Autodeterminação”, “Estimulação”, “Hedonismo” e diminuiria a relevância de valores de “Conformidade” e “Tradição” – relações não identificadas nesta pesquisa.

Embora Bardi *et al.* (2009) tenham afirmado que o importante para a mudança dos valores pessoais é a natureza do evento da vida em si, sua adaptação e a interpretação deste evento e Schwartz (2005b) tenha indicado que a mudança de valores decorre da adaptação às circunstâncias da vida (educação, gênero, idade, experiências de aprendizagem, criação dos pais, religião, socialização, sistemas políticos, sanções), nesta pesquisa, que investigou a correlação de 14 diferentes eventos e circunstâncias (de diferentes naturezas) à mudança dos valores pessoais, não se pôde associar as variações entre os 25 e os 60 anos dos valores “Estimulação”, “Hedonismo”, “Poder”, “Tradição” e “Benevolência” a nenhum evento.

Após todas as discussões dos resultados, observa-se, por fim, certa estabilidade dos valores “Hedonismo” e “Conformidade” ao longo da vida. Os demais valores primordiais originais dos indivíduos sofreram diferentes graus de variabilidade. O evento que mais se correlacionou aos deltas de mudança de valores foi a escolaridade – ou seja, quanto maior o nível de instrução, maior a probabilidade de os valores pessoais modificarem-se ao longo da vida. Além disso, verifica-se grande aproximação ao modelo circular das motivações dos valores pessoais.

Portanto, respondendo à inquietação que motivou a realização desta pesquisa, sim, verifica-se a existência de mudança dos valores pessoais em diferentes etapas da vida dos indivíduos, ao analisarem-se dois períodos de vida distantes de um mesmo grupo pertencente a um mesmo coorte.

## 6.2 IMPLICAÇÕES DA PESQUISA

Como implicações de avanço da teoria, estes achados corroboram com os estudos a respeito da mudança de valores pessoais. Buscou-se avaliar dois períodos distantes – a vida passada em torno dos 25 anos e a vida atual em torno dos 60 anos. As pesquisas anteriores sobre o tema avaliaram apenas curtos períodos de tempo, dentro dos quais talvez não houvesse tempo suficiente ou a ocorrência de determinado evento ou circunstância que justificasse a mudança de um ou mais valores pessoais. O enquadramento utilizado nesta dissertação permite avançar em uma compreensão mais ampla, longa sobre a mudança (definitiva) dos valores.

Em termos de implicações gerenciais, podem-se elaborar tentativas de persuasão direta (termos de Bardi *et al.* 2011) – campanhas de marketing – que foquem os benefícios, por exemplo, do aumento do nível de escolaridade em relação ao aumento da importância dos valores de “Realização” e “Universalismo”.

Ainda, sugere-se a utilização de questões vinculadas a certos eventos e circunstâncias da vida (como estado civil, tipo de profissão, nível de escolaridade e estabilidade no emprego) em comunicações (organizacionais, institucionais ou governamentais) para ativar o valor “Segurança” e, assim, provocar níveis de mudança nesse valor pessoal.

Outro exemplo oriundo a partir das discussões desta dissertação é a elaboração de campanhas que trabalhem a valorização do “Hedonismo” em qualquer fase da vida, visto a permanência/estabilidade deste valor ao longo do ciclo de vida.

Para a amostra estudada, instituições que estimulassem os valores de autotranscendência (benevolência e universalismo) em suas ações poderiam ser melhor aceitas e priorizadas em todo o ciclo de vida frente a organizações que priorizassem atitudes individualistas, exaltando, por exemplo, o poder. Conforme verificado na literatura (MADURO-ABREU, 2010; PINTO *et al.*, 2001), os valores coletivistas estão associados ao consumo consciente e à preocupação com a sustentabilidade. E, neste caso, esta foi uma preocupação constante do grupo.

Esta pesquisa traçou um perfil interessante de uma amostra de pessoas que têm aproximadamente 60 anos. Empresas que trabalhem com este público-alvo podem valer-se dos resultados e discussões para melhor compreender reações e comportamentos.

Generalizando-se o pensamento a respeito das mudanças nos valores pessoais, uma empresa/instituição pode acompanhar dada população ou amostra e, em diferentes idades, organizar uma pesquisa para identificar os valores prioritários (resultado do *ranking* das médias) e pode checar se houve mudança na importância dos valores e em qual sentido ocorreu essa mudança (resultante do comparativo das ANOVAS entre um período e outro da vida), adequando, assim, suas campanhas – tornando a marca/instituição uma acompanhante permanente e estimulando a aceitação e afinidade a partir da comunicação baseada e adaptada aos valores pessoais ao longo do ciclo de vida das pessoas. Nesse sentido, retoma-se o apontamento de Schwartz (2005b), que reforça que seja considerada a importância dos valores conectados ao comportamento que se quer promover e a importância dos valores antagônicos que o comportamento irá comprometer.

### 6.3 LIMITAÇÕES E SUGESTÕES DE PESQUISAS FUTURAS

Por fim, finaliza-se esta dissertação com a discussão das limitações desta pesquisa e com a identificação de oportunidades de pesquisas futuras.

Primeiramente, um limitador é o tipo de amostra utilizada – por conveniência – que não permite a generalização dos achados. Ainda em relação à amostra, o número de entrevistados pode ter influenciado as “zonas cinzas” de alguns cálculos estatísticos.

Outro ponto a ser destacado é a questão do método com abordagem longitudinal-histórica. As respostas relativas aos valores pessoais em torno dos 25 anos podem ter sofrido com o viés da memória do entrevistado. Como já se passaram, em média, 35 anos dos fatos acontecidos naquela época, as pessoas podem projetar pensamentos e comportamentos diferentes do que realmente praticavam, tanto maximizando quanto minimizando fatos.

As pesquisas que mensuram valores podem também estar sujeitas a respostas normativas, que são entendidas como as mais corretas. A pressão moral pode ter impactado especialmente as respostas do “hoje”, para indicar que houve uma mudança para melhor.

Esta pesquisa avaliou a mudança longitudinal, permanente dos valores pessoais. Como oportunidade de pesquisa futura, poder-se-ia investigar a linha de mudanças temporárias de valores (BARDI; GOODWIN, 2011).

Também, poder-se-ia investigar valores de adolescentes até o início da fase adulta – considerando-se as contribuições para a investigação dos comportamentos de uma nova geração e também se considerando a abordagem da mudança dos valores pessoais no início da vida.

Uma pesquisa alternativa pode levantar questões mais específicas de consumo em diferentes idades, visto que há mudança nos valores pessoais, então há mudança no comportamento, no consumo ao longo das diferentes etapas da vida.

Ainda, poder-se-ia relacionar a mudança de valores com a mudança de personalidade – aprofundando questões de cunho psicológico que ajudam os profissionais de marketing na melhor caracterização das necessidades e desejos dos consumidores.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Antônia de; ELIAN, Silvia; NOBRE, Juvêncio. Modificações e alternativas aos testes de Levene e de Brown e Forsythe para igualdade de variâncias e médias. **Revista Colombiana de Estadística**, v. 31, n. 2, pp. 241-260, dic/2008.

ALMEIDA, Filipe Jorge R. de; SOBRAL, Filipe João B. de A.. O sistema de valores humanos de administradores brasileiros: adaptação da escala PVQ para o estudo de valores no Brasil. **RAM – Revista de Administração da Mackenzie**, v. 10, n. 3, pp. 101-126, mai/jun 2009.

AÑAÑA, Edar da Silva; NIQUE, Walter Meucci. O valor dos valores: Avaliação de uma marca global por meio dos diversos Brasis culturais. **RAM – Revista de Administração Mackenzie**, v. 10, n. 3, pp. 153-181, mai/jun 2009.

BARAK, Benny; SCHIFFMAN, Leon G. Cognitive age: A nonchronological age variable. **Advances in Consumer Research**, v. 8, pp. 602-606, 1981.

BARDI, Anat; GOODWIN, Robin. The dual route to value change: Individual processes and cultural moderators. **Journal of Cross-Cultural Psychology**, v. 42, n. 2, pp. 271-287, 2011.

BARDI, Anat; LEE, Julie Anne; HOFMANN-TOWFIGH, Nadi; SOUTAR, Geoffrey. The structure of intraindividual value change. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 97, n. 5, pp. 913-929, 2009.

BLACK, Peter Ulrich Vieth. **Valores Humanos Fundamentais, Valores Políticos Centrais e Voto**. 2011. 169 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações) – Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social, Instituto de Psicologia, Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

BILSKY, Wolfgang. A teoria das facetas: noções básicas. **Estudos de Psicologia**, v. 8, n. 3, pp. 357-365, 2003.

BRUNI, Adriano Leal. **PASW Aplicado à Pesquisa Acadêmica**: um guia prático para pesquisadores e pós-graduandos. São Paulo: Atlas, 2001.

CAMPOS, Camila Bolzan de; PORTO, Juliana Barreiros. Escala de valores pessoais: validação da versão reduzida em amostra de trabalhadores brasileiros. **Psico**, v. 41, n. 2, pp. 208-213, 2010.

CIECIUCH; Jan; DAVIDOV, Eldad. A comparison of the invariance properties of the PVQ-40 and the PVQ-21 to measure human values across German and Polish samples. **Survey Research Methods**, v. 6, n. 1, pp. 37-48, 2012.

COOPER, Donald R; SCHINDLER, Pamela S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

DANCEY, Christine P.; REIDY, John. **Estatística sem Matemática para Psicologia**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

DAVID, Rute; PAIXÃO, Maria Paula; SILVA, José Tomás da. Interesses e competências percebidas em crianças do ensino básico. **Psychologia**, v. 51, pp. 73-92, 2009.

DIAS, Josue da Luz; BECKER, Grace Vieira. Desvendando a “Black Box”: utilização da perspectiva histórico-longitudinal em pesquisas na administração. *In*: Encontro da ANPAD, XXXIV, 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração, 2010.

EGRI, Carolyn P; RALSTON, David A. Generation cohorts and personal values: A comparison of China and United States. **Organization Science**, v. 15, n. 2, pp. 210-220, 2004.

ENGEL, James F; BLACKWELL, Roger D; MINIARD, Paul W. **Comportamento do Consumidor**. 8. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

ESS – European Social Survey. **About ESS**. Disponível em: <<http://www.europeansocialsurvey.org/>>. Acesso em: 10.jun.2013.

FLORIANI, Dinorá; NIQUE, Walter M. Negociação comercial internacional – a ética à luz da cultura nacional: o caso dos executivos italianos e brasileiros. **Alcance**, v. 10, n. 2, ago/2003.

GARSON, G. D. **Multidimensional Scaling**. Asheboro (NC): Statistical Associates Publishers, 2012.

GREINER, Larry E.. Evolution and revolution as organizations grow. **Harvard Business Review**, May/June 1998.

GUIOT, Denis. Un cadre d’analyse du processus de vieillissement et de son influence sur le comportement d’achat du consommateur agé. **Recherche et Applications en Marketing**, v. 21, n. 1, pp. 57-79, 2006.

GUTMAN, Jonathan. A means-end chain model based on consumer categorization processes. **Journal of Marketing**, v. 46, pp. 60-72, 1982.

HAIR JR, Joseph F; ANDERSON, Rolph E; TATHAM, Ronald L; BLACK, William C. **Análise Multivariada de Dados**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HAYFLICK, Leonard. **Como e por que envelhecemos**. Rio de Janeiro: Campus, 1996.

HENRIQUE, Jorge Luiz. **Dos Valores Pessoais às Fases da Lealdade**. 2009. 289 f. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

HOFSTEDE, Geert. **National Culture Dimensions**. Disponível em: <<http://geert-hofstede.com/brazil.html>>. Acesso em: 01.jul.2013.

HOLMES, Thomas H; RAHE, Richard H. The social readjustment rating scale. **Journal of Psychosomatic Research**, v. 11, pp. 213-218, 1967.

HOMER, Pamela M.; KAHLE, Lynn R.. A structural equation test of the value-attitude-behavior hierarchy. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 54, n. 4, pp. 638-646, 1988.

HOUT, Michael C.; PAPESH, Megan H.; GOLDINGER, Stephen D.. Multidimensional scaling. **WIREs Cognitive Science**, v. 4, pp. 93-103, jan/feb 2013.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2010**. Disponível em <<http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopse/webservice/>>. Acesso em: 01.jul.2013.

KAHLE, Lynn R; BEATTY, Sharon E; HOMER, Pamela. Alternative measurement approaches to consumer values: The list of values (LOV) and values and life style (VALS). **Journal of Consumer Research**, v. 13, n. 3, pp. 405-409, 1986.

KAMAKURA, Wagner A; MAZZON, José Afonso. Value segmentation: A model for measurement of values and value systems. **Journal of Consumer Research**, v. 18, pp. 208-218, 1991.

KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do Consumidor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

KOGAN, Nathan. Personality and aging. *In.*: BIRREN, James E.; SCHAIK, K. Warner (Ed). **Handbook of Psychology of Aging**. pp. 330-346. London: Academic Press Limited, 1990.

KRISHNAN, Venkat R. Impact of MBA education on students' values: Two longitudinal studies. **Journal of Business Ethics**, v. 83, pp. 233-246, 2008.

LEE, J. A; SOUTAR, G. N; KIYVUERE, J. J. The best-worst scaling approach: An alternative to Schwartz's Value Survey. **Journal of Personality Assessment**, v. 90, pp. 335-347, 2008.

LENGLER, Jorge Francisco Bertinetti. **A Relação entre Nacionalidade, Valores Pessoais e o Comportamento do Consumidor em Shopping Centers Regionais de Eugene (Estados Unidos), Montevideu (Uruguai) e Porto Alegre (Brasil)**. 2002. 204 f. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2002.

MADURO-ABREU, Alexandre. **Valores, Consumo e Sustentabilidade**. 2010. 224 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Sustentável, área de concentração em Política e Gestão Ambiental) – Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2010.

MAIO, Gregory R; PAKIZEH, Ali; CHEUNG, Wing-Yee; REES, Kerry J. Changing, priming, and acting on values: Effects via motivational relations in a circular model. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 97, n. 4, pp. 699-715, 2009.

MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARÔCO, João. **Análise Estatística com o SPSS Statistics**. 5. ed. Pero Pinheiro (Portugal): Report Number, 2011.

MASLOW, A. *Motivation and Personality*. 3. ed. New York: Harper & Row Publishers, 1970. Disponível em <<http://www.chaight.com/Wk%2015%20E205B%20Maslow%20-%20Human%20Motivation.pdf>>. Acesso em: 05.fev.2012.

MOTTA, Paulo Cesar; SCHEWE, Charles D.; ROSSI, Monica. Generational marketing: exploring cohort-programmed values and their implications on cross-cultural variations in consumer behavior between Brazil and United States. *In: Global Business and Technology Association – GBATA, 2000. Proceedings – Innovation in Business Practices: the roles of globalization, regional integration and technology*. Rio de Janeiro: GBATA, 2000.

MOWEN, John C; MINOR, Michael. **Consumer Behavior**. 5. ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall, 1998.

NEPOMUCENO, Marcelo V.; PORTO, Juliana B.. Human values and attitudes toward bank services in Brazil. **International Journal of Bank Marketing**, v. 28, n. 3, pp. 168-192, 2010.

OLIVEIRA, Alessandro Silva; SILVA, Matheus Alberto Rodrigues; VILAS BOAS, Luiz Henrique de Barros. Identificando valores de estudantes de cursos de pós-graduação *lato sensu* a distância: Uma abordagem teórico-metodológica da *means-end chain*. **REMark – Revista Brasileira de Marketing**, v. 10, n. 1, pp. 97-122, 2011.

PASQUALI, Luiz; ALVES, Amélia Regina. Validação do Portraits Questionnaire – PQ de Schwartz para o Brasil. **Avaliação Psicológica**, v. 3, n. 2, pp. 73-82, 2004.

PINTO, Diego Costa; NIQUE, Walter Meucci; AÑAÑA, Edar da Silva; HERTER, Marcia Maurer. Green consumer values: How do personal values influence environmentally responsible water consumption? **International Journal of Consumer Studies**, v. 35, pp. 121-131, 2011.

ROKEACH, Milton. **Crenças, Atitudes e Valores: Uma teoria de organização e mudança**. Rio de Janeiro: Interciência, 1981.

SAMBIASE-LOMBARDI, Marta F.; TEIXEIRA, Maria Luisa M.; BILSKY, Wolfgang; ARAUJO, Bruno F. v. B. de; DE DOMENICO, Silvia M. R.. Confrontando estruturas de valores: um estudo comparativo entre PVQ-40 e PVQ-21. *In: Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD, VI, 2010, Florianópolis. Anais...* Florianópolis: Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração, 2010.

SAVOIA, Mariangela Gentil. Escalas de eventos vitais e de estratégias de enfrentamento (*Coping*). **Revista de Psiquiatria Clínica**, v. 26, n. 2, pp. 57-67, 1999.

SCHROOTS, Johannes J. F.; BIRREN, James E.. Concepts of time and aging in science. *In: BIRREN, James E.; SCHAIE, K. Warner (Ed).* pp. 45-64. **Handbook of Psychology of Aging**. London: Academic Press Limited, 1990.

SCHWARTZ, Shalom H; BARDI, Anat. Influences of adaptation to communist rule on value priorities in Eastern Europe. **Political Psychology**, v. 18, n. 2, pp. 385-410, 1997.

SCHWARTZ, Shalom H; BILSKY, Wolfgang. Toward a universal psychological structure of human values. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 53, n. 3, pp. 550-562, 1987.

SCHWARTZ, Shalom H. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. **Advances in Experimental Social Psychology**, v. 25, 1992.

SCHWARTZ, Shalom H. Are there universal aspects in the structure and contents of human values? **Journal of Social Issues**, v. 50, n. 4, pp. 19-45, 1994.

SCHWARTZ, Shalom H. A proposal for measuring value orientations across nations. *In: Questionnaire Development Package of the European Social Survey*. Disponível em: < [www.europeansocialsurvey.org](http://www.europeansocialsurvey.org) >. Acesso em: 10.mar.2012.

SCHWARTZ, Shalom H. Valores humanos básicos: Seu contexto e estrutura intercultural. In: TAMAYO, A; PORTO, J. **Valores e Comportamento nas Organizações**. Rio de Janeiro: Vozes, pp. 21-55, 2005a.

SCHWARTZ, Shalom H. Validade e aplicabilidade da teoria de valores. In: TAMAYO, A; PORTO, J. **Valores e Comportamento nas Organizações**. Rio de Janeiro: Vozes, pp. 56-95, 2005b.

SILVEIRA, Paula G.; WAGNER, Adriana. Ninho cheio: a permanência do adulto jovem em sua família de origem. **Estudos de Psicologia**, v. 23, n. 4, pp. 441-453, out/dez 2006.

SHETH, Jagdish N; MITTAL, Banwari; NEWMAN, Bruce I. **Comportamento do Cliente: Indo além do comportamento do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2001.

SOLOMON, Michael R. **Consumer Behavior: Buying, Having and Being**. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall, 2007.

TAMAYO, Alvaro; SCHWARTZ, Shalom H.. Estrutura motivacional dos valores humanos. **Psicologia: Teoria e pesquisa**, v. 9, n. 2, pp. 329-348, 1993.

TAMAYO, Alvaro; PORTO, Juliana. Validação do Questionário de Perfis de Valores (QPV) no Brasil. **Psicologia: teoria e pesquisa**, v. 25, n. 3, pp. 369-376, jul-set 2009.

VERKASALO, Markku; GOODWIN, Robin; BEZMENOVA, Irina. Values following a major terrorist incident: Finnish adolescent and student values before and after September 11, 2001. **Journal of Applied Social Psychology**, v. 36, n. 1, pp. 144-160, 2006.

VIEIRA, Sônia. **Análise de Variância (ANOVA)**. São Paulo: Atlas, 2006.

WILKIE, William L. **Consumer Behavior**. New York: John Wiley & Sons, Inc., 1994.

## ANEXO 1 – QUESTIONÁRIO APLICADO

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO  
MESTRADO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO



Prezado(a) Senhor (a),

Meu nome é Caroline Duschitz, sou mestranda em Administração pela UFRGS. Estou realizando uma pesquisa acadêmica sobre personalidade e preciso de sua colaboração.

Esta pesquisa está dividida em 2 etapas. Na primeira, gostaria que o(a) senhor(a) respondesse sobre seus valores, o que é importante para você hoje e a segunda etapa refere-se ao resgate, à projeção de como era sua mentalidade e atitudes quando tinha em torno de 25 anos.

Todos os dados aqui respondidos serão tratados de forma consolidada, mantendo a confidencialidade dos entrevistados, conforme código de ética de pesquisa.

Responder a esta pesquisa levará em torno de 20 a 30 minutos.

Não há respostas certas nem erradas, o que importa são suas lembranças.

Muito obrigada por sua atenção e disponibilidade!

---

Caroline Duschitz

Mestranda em Administração

Professor Orientador: Dr. Walter Nique

Email: [carolineduschitz@yahoo.com.br](mailto:carolineduschitz@yahoo.com.br) – Fone: (51) 9836.4835

## QUESTIONÁRIO SOBRE PERSONALIDADE E COMPORTAMENTO

### Etapa 1

#### Bloco 1: Perfil do Respondente

Data de Nascimento : \_\_/\_\_/19\_\_

Gênero:

- 1. Feminino
- 2. Masculino

Estado Civil:

- 1. Solteiro
- 2. Casado
- 3. Separado/Divorciado
- 4. Viúvo
- 5. Outro

Cidade Onde Nasceu: \_\_\_\_\_ Estado \_\_\_\_\_

Ocupação:

Aposentado:  Sim       Não

Profissão exercida na maior parte da sua vida: \_\_\_\_\_

Escolaridade:

- 1. Ensino Fundamental
- 2. Ensino Médio
- 3. Ensino Superior
- 4. Pós-Graduação

Princípio Religioso Mais Marcante da Sua Vida:

- Catolicismo
- Judaísmo
- Islamismo
- Protestantismo
- Espiritismo
- Religiões Evangélicas
- Religiões Afro-brasileiras
- Budismo
- Outro            Qual? \_\_\_\_\_
- Nenhum

A Maior Parte da Sua Personalidade foi Influenciada pela Cultura:

- Alemã
- Italiana
- Portuguesa
- Espanhola
- Judaica
- Africana
- Islâmica
- Brasileira
- Outra            Qual? \_\_\_\_\_

**Bloco 2: Valores Pessoais na Faixa dos 60 Anos**

Considerando o seu dia a dia atual, sua vida, seu comportamento, suas decisões, sua personalidade, indique quanto cada uma das afirmações abaixo se parece com você, com seu pensamento e comportamento hoje.

Para tanto, utilize a seguinte escala: 1 = “não se parece nada comigo” e 5 = “se parece muito comigo”.

Itens do Questionário	Valor Motivacional	Quão parecida com você é esta pessoa hoje?					
		Não se parece nada comigo				Se parece muito comigo	
		1	2	3	4	5	
1	Pensar em novas ideias e ser criativo, fazendo as coisas à minha maneira.	Autodeterminação					
2	Ser rico, ter muito dinheiro e possuir bens valiosos.	Poder					
3	Defender que todas as pessoas, incluindo as que eu não conheço, devem ser tratadas com igualdade e justiça.	Universalismo					
4	Mostrar as minhas capacidades para que as pessoas possam admirar o que faço.	Realização					
5	Viver em um lugar seguro, evitando tudo o que possa colocar em risco a minha estabilidade.	Segurança					
6	Fazer muitas coisas diferentes na vida e procurar sempre coisas novas para fazer.	Estimulação					
7	Defender que as pessoas devem fazer o que lhes mandam, cumprindo as regras em todos os momentos, mesmo quando ninguém está observando.	Conformidade					
8	Escutar as pessoas que são diferentes de mim e, mesmo que não concorde com elas, procurar compreendê-las.	Universalismo					
9	Não pedir mais do que se tem, acreditando que as pessoas devem viver satisfeitas com o que possuem.	Tradição					
10	Divertir-me sempre que posso, fazendo coisas que me dão prazer.	Hedonismo					
11	Tomar as minhas próprias decisões sobre o que faço, tendo liberdade para planejar e escolher as minhas ações.	Autodeterminação					
12	Ajudar e zelar pelo bem-estar das pessoas que me rodeiam.	Benevolência					
13	Ter sucesso e impressionar os outros.	Realização					
14	Defender que o país deva estar livre de ameaças internas e externas, protegendo a ordem social.	Segurança					

Itens do Questionário		Quão parecida com você é esta pessoa hoje?				
		Não se parece nada comigo				Se parece muito comigo
		1	2	3	4	5
15	Correr riscos e procurar sempre novas aventuras.					
16	Comportar-me sempre de maneira apropriada, evitando fazer coisas que os outros considerem errado.					
17	Estar no comando e dizer às outras pessoas o que elas devem fazer, esperando que cumpram.					
18	Ser leal aos amigos e dedicar-me às pessoas que me estão próximas.					
19	Proteger e preservar a natureza.					
20	Respeitar a crença religiosa e cumprir os mandamentos da sua doutrina.					
21	Apreciar os prazeres da vida e cuidar bem de mim.					

### Bloco 3: Eventos na Faixa dos 25 Anos

Procure lembrar-se de como era a sua vida entre 20 e 30 anos, com média de 25 anos. Quais eram suas atividades e experiências cotidianas. Como era sua vida afetiva? Como estava sua família (esposa, filhos, pais)? E a sua vida profissional? Quais eram suas preocupações nessa época? O que você já tinha conquistado? O que ainda batalhava para conseguir? Quais eram os seus prazeres? Como eram tomadas suas decisões de compra?

Agora pensando em eventos que aconteceram ao longo da sua vida, por favor indique sua idade para cada um deles:

#### Eventos do Ciclo de Vida

Evento do Ciclo de Vida Familiar	Quantidade de vezes que ocorreu	Idade que Ocorreram
Saída da casa dos pais		
Casamento		
Filhos		
Separação/Divórcio		
Novo casamento		
Ninho Vazio (Saída de todos os filhos de casa)		
Perda dos pais		
Netos		
Viuvez		
Eventos do Ciclo de Vida Profissional	Quantidade de vezes que ocorreu	Idade que Ocorreram
Começo dos estudos		
Término dos estudos		
Primeiro emprego		
Início da profissão exercida na maior parte da vida		
Perda de emprego		
Mudança de emprego		
Mudança na linha de trabalho		
Prisão		
Aposentadoria		
Eventos do Ciclo de Vida Pessoal	Quantidade de vezes que ocorreu	Idade que Ocorreram
Doença física severa		
Depressão ou outras doenças psíquicas		

**Bloco 4: Valores na Faixa dos 25 Anos**

Itens do Questionário		Quanto você se parecia com esta pessoa quando tinha em torno de 25 anos?				
		Não se parecia nada comigo				Se parecia muito comigo
		1	2	3	4	5
1	Em torno dos meus 25 anos, era importante pensar em novas ideias e ser criativo, fazendo as coisas à minha maneira.					
2	Quando eu tinha em torno de 25 anos, para mim, era importante ser rico, ter muito dinheiro e possuir bens valiosos.					
3	Nos meus 25 anos, eu acreditava que era importante defender que todas as pessoas, incluindo as que eu não conhecia, deviam ser tratadas com igualdade e justiça.					
4	Quando eu estava com 25 anos, era importante mostrar as minhas capacidades para que as pessoas pudessem admirar o que eu fazia.					
5	Quando tinha em torno de 25 anos, eu pensava em viver em um lugar seguro, evitando tudo o que pudesse colocar em risco a minha estabilidade.					
6	Pelos meus 25 anos, era importante fazer muitas coisas diferentes na vida e procurar sempre coisas novas para fazer.					
7	Quando estava com aproximadamente 25 anos, era importante para mim defender que as pessoas deviam fazer o que lhes mandavam, cumprindo as regras em todos os momentos, mesmo quando ninguém estivesse observando.					
8	Quando tinha em torno de 25 anos, eu procurava escutar as pessoas que eram diferentes de mim e, mesmo que não concordasse com elas, procurava compreendê-las.					
9	Pelos 25 anos, eu pensava que era importante não pedir mais do que tinha, acreditando que as pessoas deviam viver satisfeitas com o que possuíam.					
10	Quando estava com 25 anos, era importante divertir-me sempre que podia, fazendo coisas que me davam prazer.					

Itens do Questionário		Quanto você se parecia com esta pessoa quando tinha em torno de 25 anos?				
		Não se parecia nada comigo				Se parecia muito comigo
		1	2	3	4	5
11	Quando estava com aproximadamente 25 anos, era importante tomar as minhas próprias decisões sobre o que eu fazia, tinha liberdade para planejar e escolher as minhas ações.					
12	Em torno dos meus 25 anos, era importante para mim ajudar e zelar pelo bem-estar das pessoas que me rodeavam.					
13	Pelos meus 25 anos, era importante para mim ter sucesso e impressionar os outros.					
14	Na época dos meus 25 anos, era relevante para mim defender que o país estivesse livre de ameaças internas e externas, protegendo a ordem social.					
15	Pelos meus 25 anos, era importante para mim correr riscos e procurar sempre novas aventuras.					
16	Quando tinha em torno de 25 anos, era importante comportar-se sempre de maneira apropriada, evitando fazer coisas que os outros considerassem errado.					
17	Pelos meus 25 anos, era importante estar no comando e dizer às outras pessoas o que elas deviam fazer, esperando que cumprissem.					
18	Pelos meus 25 anos, era importante ser leal aos amigos e dedicar-me às pessoas que me estavam próximas.					
19	Pelos meus 25 anos, era importante proteger e preservar a natureza.					
20	Quando tinha em torno de 25 anos, era importante respeitar a crença religiosa e cumprir os mandamentos da sua doutrina.					
21	Pelos meus 25 anos, era importante apreciar os prazeres da vida e cuidar bem de mim mesmo.					

**Bloco 5 – Perguntas para Controle**

Quanto de esforço você teve que fazer para se lembrar da época dos seus 25 anos?

Pouco Esforço 1 2 3 4 5 Muito Esforço

Quão nítida foi essa lembrança para responder às questões?

Pouco Nítida 1 2 3 4 5 Muito nítida

## ANEXO 2 – CIDADES EM QUE NASCERAM OS RESPONDENTES

<b>Cidade em que nasceu</b>	<b>Estado</b>	<b>Região</b>	<b>Frequência Absoluta</b>
<b>Porto Alegre</b>	RS	Metropolitana	24
<b>Alegrete</b>	RS	Interior	1
<b>Araranguá</b>	SC	Interior	1
<b>Arroio do Meio</b>	RS	Interior	1
<b>Arroio dos Ratos</b>	RS	Interior	1
<b>Belém</b>	PA	Metropolitana	1
<b>Bom Jesus</b>	RS	Interior	1
<b>Cachoeira do Sul</b>	RS	Interior	1
<b>Cambará do Sul</b>	RS	Interior	1
<b>Campos Novos</b>	SC	Interior	1
<b>Candelária</b>	RS	Interior	1
<b>Canoas</b>	RS	Metropolitana	2
<b>Carazinho</b>	RS	Interior	1
<b>Caxias do Sul</b>	RS	Interior	5
<b>Criciúma</b>	SC	Interior	1
<b>Cruzeiro do Sul</b>	RS	Interior	1
<b>Dom Pedrito</b>	RS	Interior	1
<b>Encantado</b>	RS	Interior	1
<b>Encruzilhada do Sul</b>	RS	Interior	1
<b>Gravataí</b>	RS	Metropolitana	7
<b>Itaqui</b>	RS	Interior	1
<b>Laguna</b>	SC	Interior	2
<b>Lajeado</b>	RS	Interior	1
<b>Londrina</b>	PR	Interior	1
<b>Maceió</b>	AL	Metropolitana	1
<b>Maquiné</b>	RS	Interior	2
<b>Minas do Butiá</b>	RS	Interior	1
<b>Montevideu</b>	Uruguai	Metropolitana	1
<b>Muçum</b>	RS	Interior	1
<b>Não Me Toque</b>	RS	Interior	1
<b>Osório</b>	RS	Interior	1
<b>Palmares do Sul</b>	RS	Interior	1
<b>Rio de Janeiro</b>	RJ	Metropolitana	1
<b>Rio Grande</b>	RS	Interior	1
<b>Rocha</b>	Uruguai	Interior	1
<b>Rosário do Sul</b>	RS	Interior	1
<b>Santa Bárbara do Sul</b>	RS	Interior	1
<b>Santa Cruz do Sul</b>	RS	Interior	1
			(continua)

(continuação)			
<b>Cidade em que nasceu</b>	<b>Estado</b>	<b>Região</b>	<b>Frequência Absoluta</b>
<b>Santa Maria</b>	RS	Interior	3
<b>Santa Rosa</b>	RS	Interior	1
<b>Santa Vitória do Palmar</b>	RS	Interior	1
<b>Santana do Livramento</b>	RS	Interior	3
<b>Santo Ângelo</b>	RS	Interior	2
<b>Santo Antônio da Patrulha</b>	RS	Interior	10
<b>São Borja</b>	RS	Interior	1
<b>São Carlos</b>	SC	Interior	1
<b>São Luiz Gonzaga</b>	RS	Interior	1
<b>São Marcos</b>	RS	Interior	1
<b>São Pedro do Sul</b>	RS	Interior	1
<b>Seberi</b>	RS	Interior	1
<b>Teófilo Otoni</b>	MG	Interior	1
<b>Torres</b>	RS	Interior	1
<b>Três de Maio</b>	RS	Interior	1
<b>Uruguaiana</b>	RS	Interior	2
<b>Vila Velha</b>	ES	Metropolitana	1

### ANEXO 3 – TESTE DE NORMALIDADE KOLMOGOROV-SMIRNOV PARA A ESCALA DE VALORES PESSOAIS

Um teste Kolmogorov-Smirnov de uma amostra

	N	Normal Parameters <sup>a,b</sup>		Most Extreme Differences			Kolmogorov-Smirnov Z	Sig. Assint. (2 caudas)	Sig exata (2 extremidades)	Probabilidade de ponto
		Média	Desvio padrão	Absoluto	Positive	Negative				
Autodeterminação 60	106	4,5142	,61123	,249	,213	-,249	2,563	,000	,000	0,000
Poder 60	106	2,5613	,95793	,107	,101	-,107	1,097	,180	,168	0,000
Universalismo 60	106	4,7236	,43514	,332	,263	-,332	3,415	0,000	,000	0,000
Realização 60	106	2,6509	1,21532	,157	,157	-,093	1,614	,011	,010	0,000
Segurança 60	106	4,4292	,82646	,321	,245	-,321	3,306	0,000	,000	0,000
Estimulação 60	106	3,0802	,90274	,130	,130	-,119	1,336	,056	,051	0,000
Conformidade 60	106	3,6368	,87432	,161	,113	-,161	1,658	,008	,007	0,000
Tradição 60	106	3,7311	,96898	,213	,095	-,213	2,194	,000	,000	0,000
Hedonismo 60	106	4,4811	,61692	,253	,200	-,253	2,601	,000	,000	0,000
Benevolência 60	106	4,8962	,22591	,488	,323	-,488	5,028	0,000	,000	0,000
Autodeterminação 25	106	4,2406	,85977	,232	,189	-,232	2,386	,000	,000	0,000
Poder 25	106	2,8302	1,20690	,132	,132	-,113	1,355	,051	,046	0,000
Universalismo 25	106	4,2990	,79995	,216	,190	-,216	2,227	,000	,000	0,000
Realização 25	106	2,9387	1,29229	,134	,134	-,124	1,381	,044	,040	0,000
Segurança 25	106	4,0519	1,11255	,260	,197	-,260	2,679	,000	,000	0,000
Estimulação 25	106	3,3538	1,04646	,105	,105	-,099	1,079	,195	,181	0,000
Conformidade 25	106	3,5943	,99550	,205	,079	-,205	2,114	,000	,000	0,000
Tradição 25	106	3,3774	1,03466	,113	,076	-,113	1,166	,132	,122	0,000
Hedonismo 25	106	4,3726	,76861	,217	,207	-,217	2,238	,000	,000	0,000
Benevolência 25	106	4,6368	,56709	,352	,261	-,352	3,627	0,000	,000	0,000

a. A distribuição do teste é Normal.

b. Calculado dos dados.

**ANEXO 4 – INSTRUMENTO PARA MENSURAÇÃO DO IMPACTO DOS EVENTOS  
DA VIDA – ESCALA DE HOLMES E RAHE (1967)**

1. Morte do cônjuge	100
2. Divórcio	73
3. Separação do casal	65
4. Prisão	63
5. Morte de alguém da família	63
6. Acidentes ou doenças	53
7. Casamento	50
8. Perda do emprego	47
9. Reconciliação com o cônjuge	45
10. Aposentadoria	45
11. Doença de alguém da família	43
12. Gravidez	40
13. Dificuldades sexuais	39
14. Nascimento de criança na família	39
15. Mudança no trabalho	39
16. Mudança na sua condição financeira	38
17. Morte de um amigo íntimo	37
18. Mudança na linha de trabalho	36
19. Mudança na frequência de brigas com o cônjuge	35
20. Compra de casa de valor alto	31
21. Término de pagamento de empréstimo	30
22. Mudança de responsabilidade no trabalho	29
23. Saída de filho (a) de casa	29
24. Dificuldade com a polícia	29
25. Reconhecimento de feito profissional de realce	28
26. Cônjuge começou ou parou de trabalhar	26
27. Começo ou abandono dos estudos	26
28. Acréscimo ou diminuição de pessoas morando na casa	25
29. Mudança de hábitos pessoais	24
30. Dificuldade com o chefe	23
31. Mudança no horário de trabalho	20
32. Mudança de residência	20
33. Mudança de escola	19
34. Mudança de atividades recreativas	19
35. Mudanças de atividades religiosas	18
36. Mudanças de atividades sociais	17

37. Compra a crédito de valor médio	16
38. Mudança nos hábitos de dormir	15
39. Mudança na frequência de reuniões familiares	15
40. Mudança nos hábitos de alimentação	13
41. Férias	12
42. Natal	12
43. Recebimento de multas ao cometer pequenas infrações	11

<b>Nota obtida</b>	<b>Probabilidade de ter problemas de saúde</b>
Moderada (150-119)	37%
Média (200-299)	51%
Severa (de 300 a mais)	79%

**Observação 1:** Escala traduzida por Lipp (1984 *apud* SAVOIA, 1999) do original de Holmes e Rahe (1967).