



ACADEMIA DA FORÇA AÉREA

Os Valores Humanos no Ensino Superior Militar: Estudo Comparativo entre os Ramos das Forças Armadas

João Pedro Simões Pires

Aspirante a Oficial - Aluno/Piloto Aviador/139422-D

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Aeronáutica Militar, na Especialidade de Piloto Aviador

Júri

Presidente:

Orientador: Prof. Doutor José Luís Nascimento

Vogal: MAJ/PSI/120630-D Cristina Paula de Almeida Fachada

Sintra, maio de 2020



ACADEMIA DA FORÇA AÉREA

Os Valores Humanos no Ensino Superior Militar: Estudo Comparativo entre os Ramos das Forças Armadas

João Pedro Simões Pires

Aspirante a Oficial - Aluno/Piloto Aviador/139422-D

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Aeronáutica Militar, na Especialidade de Piloto Aviador

Júri

Presidente:

Orientador: Prof. Doutor José Luís Nascimento

Vogal: MAJ/PSI/120630-D Cristina Paula de Almeida Fachada

Sintra, maio de 2020

Este trabalho foi elaborado com finalidade essencialmente escolar, durante a frequência do curso de Pilotagem Aeronáutica cumulativamente com a atividade escolar normal. As opiniões do autor, expressas com total liberdade académica, reportam-se ao período em que foram escritas, mas podem não representar a doutrina sustentada pela Academia da Força Aérea.

Agradecimentos

Neste documento, que marca o alcance de mais uma meta daquele que tem sido o meu percurso acadêmico como piloto aviador, desejo expressar o meu reconhecimento e a minha gratificação para com aqueles que me acompanharam e contribuíram para que este momento fosse possível.

Ao meu orientador, Senhor Professor Doutor José Nascimento, agradeço pelos seus conselhos e orientação, que me ajudaram a perceber qual o caminho a seguir, e permitiram que este estudo alcançasse a forma final adequada.

À Senhora Capitão Ana Gomes, por toda a disponibilidade demonstrada e pelo apoio à realização deste trabalho.

À minha família dirijo um agradecimento particular, pela liberdade que sempre me permitiram e pelo constante apoio, que possibilitaram que seguisse as oportunidades que me trouxeram até aqui.

Aquela que foi a minha casa nos últimos cinco anos, a Academia da Força Aérea, por todos os ensinamentos que me foram transmitidos neste período, pelas vivências a que me sujeitou e pelas relações que lá foram criadas, fatores que ditaram a minha formação como militar e um enorme crescimento pessoal.

Aos Distintos, os meus tão queridos camaradas, sem os quais este percurso não faria sentido! A vós estou grato por todos os momentos que juntos aproveitámos, pelas dificuldades que juntos ultrapassámos e pela superação que em mim induziram. Que voemos além!

A todos vós, o meu sincero e sentido agradecimento!

Resumo

Esta investigação tem como principal objetivo identificar o perfil médio de valores humanos evidenciado nos alunos das Escolas Militares de Ensino Superior e verificar quais as variações observadas quando comparados os alunos das três instituições.

A amostra deste estudo, recolhida por conveniência é constituída por 386 indivíduos, o que corresponde a aproximadamente 47,7% da população-alvo. A recolha de dados seguiu uma metodologia quantitativa, recorrendo a um inquérito por questionário para obtenção dos mesmos. O instrumento utilizado para este estudo foi a Escala de Valores de Schwartz (2003) e recorreu-se ao programa estatístico SPSS para tratamento dos dados quantitativos.

Concluiu-se que os alunos das três instituições revelam níveis de valores que são, de um modo geral, semelhantes, demonstrando uma prevalência dos valores de Autotranscendência, representativos de indivíduos que demonstram preocupação pelo bem de outros, em particular aqueles de quem são próximos, e que consideram as consequências das suas ações perante os mesmos. Estes valores foram demonstrados em maior significância do que os de Autopromoção, que se associam à valorização do sucesso pessoal e do poder. Verificou-se também uma predisposição dos alunos para a novos desafios e independência, em maior proporção do que uma ideologia tradicionalista de conservação dos *status quo*.

O estudo contribui para a literatura ao identificar o perfil de valores humanos associado aos alunos militares de ensino superior, permitindo que estes resultados possam ser utilizados como ferramenta de gestão por parte dos órgãos decisores.

Na parte final deste trabalho, são apresentadas as limitações a que a investigação foi sujeita e recomendações para investigações futuras.

Palavras-chave: Valores Humanos; Alunos Militares; Forças Armadas

Abstract

The main purpose of this research is to identify the average profile of human values evidenced by the students of Military Schools of Higher Education and to verify what are the variations observed when comparing the students of the three institutions.

A convenience sample of 386 individuals was collected for this study, which corresponds to approximately 47.7% of the target population. Data gathering followed a quantitative methodology, by means of a survey. The instrument used for this study was the Schwartz's Values Scale (2003) and relied on the statistical program SPSS for quantitative data treatment.

It was concluded that the students of the three institutions reveal, in general, similar levels of values. It was observed that there is a prevalence of values of Self-Transcendence, representative of students who show concern for the well-being of others, particularly of ones with whom they are close to, and who consider the consequences of their actions for these others. These values were demonstrated in greater proportion than Self-Enhancement, which is associated with the valuing of personal success and power. There was also a predisposition of students for new challenges and independence, greater in proportion than a traditional ideology of conservation of the *status quo*.

The study contributes to the literature by identifying the profile of human values associated with higher education military students and allows these results to be used as a management tool by the decision-making bodies.

In the final part of this work, the limitations that the investigation was subjected to are presented and recommendations are made for future investigations.

Keywords: Human Values; Military Students; Armed forces

Índice

Agradecimentos	iii
Resumo.....	v
Abstract.....	vii
Índice.....	ix
Índice de Figuras.....	xiii
Índice de Tabelas.....	xv
Lista de Abreviaturas e Siglas.....	xvii
1 Introdução.....	1
1.1 Objeto de Estudo	1
1.2 Objetivos	3
1.3 Panorâmica.....	4
2 Revisão de Literatura.....	5
2.1 O Conceito de Valor.....	5
2.2 Teorias de Valores Humanos.....	6
2.2.1 Teorias Iniciais	6
2.2.2 A Teoria de Valores de Rokeach	7
2.2.3 A Teoria Motivacional de Schwartz.....	10
2.3 Formulação de Hipóteses	14
3 Metodologia	17
3.1 Desenho da Pesquisa.....	17
3.2 Caracterização do Inquérito por Questionário.....	18

3.2.1	Itens de Caracterização da Amostra	18
3.2.2	Instrumento de Medida da Valores Humanos	18
3.3	Pré-teste ao Questionário	19
3.4	Procedimento	20
3.5	Caracterização da Amostra.....	20
4.1	Análise de Sensibilidade de Análise Fatorial Exploratória	23
4.1.1	Autotranscendência	23
4.1.2	Conservação	25
4.1.3	Autopromoção.....	28
4.1.4	Abertura à Mudança.....	31
4.2	Análise de Sensibilidade	35
4.3	Análise Descritiva	38
4.4	Correlação entre Variáveis.....	42
4.5	Testes de Diferenças de Médias.....	43
4.5.1	Análise t-Student.....	43
4.5.2	Análise ANOVA.....	44
5	Discussão de Resultados	49
6	Conclusões	53
6.1	Conclusões Principais.....	53
6.2	Contribuições do Estudo	54
6.2.1	Contribuições para o quadro teórico	55
6.2.2	Contribuições para a Gestão	55
6.3	Limitações da Investigação.....	55
6.4	Propostas para Investigações Futuras.....	56

7	Referências Bibliográficas	57
	Anexo A.....	A-1
	Anexo B.....	B-1
	Anexo C	C-1
	Anexo D	D-1

Índice de Figuras

Figura 1 - Estrutura Bidimensional dos Valores Humanos	13
Figura 2 - Estrutura de Valores - Aluno Médio	38
Figura 3 - Estrutura de valores - Géneros	44
Figura 4 - Médias de autopromoção - Anos	45
Figura 5 – Estruturação de valores - Anos	45
Figura 6 - Estruturação dos valores - Escolas	47

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Valores Instrumentais e Terminais	9
Tabela 2 - Amostra - Distribuição por anos	21
Tabela 3 - População - Distribuição por anos	21
Tabela 4 - Distribuição por géneros	21
Tabela 5 - Distribuição por instituições.....	22
Tabela 6 - Estatísticas de item-total - Autotranscendência	24
Tabela 7 - Matriz dos fatores - Autotranscendência.....	25
Tabela 8 - Estatísticas de item-total - Conservação.....	26
Tabela 9 - Matriz dos fatores - Conservação	27
Tabela 10 - Matriz dos fatores - Conservação	28
Tabela 11 - Estatísticas de item-total - Autopromoção.....	29
Tabela 12 - Matriz dos fatores - Autopromoção	30
Tabela 13 - Matriz dos fatores - Autopromoção	31
Tabela 14 - Estatísticas de item-total - Abertura à Mudança.....	32
Tabela 15 - Matriz dos fatores - Abertura à Mudança	33
Tabela 16 - Matriz dos fatores - Abertura à Mudança	34
Tabela 17 - Alfa de Cronbach dos quatro fatores das dimensões de valores	35
Tabela 18 - Teste de Kolmogorov-Smirnov.....	36
Tabela 19 - Medidas de forma dos fatores.....	37
Tabela 20 - Estatística descritiva dos fatores das dimensões de valores	38
Tabela 21 - Estatística descritiva dos valores humanos.....	39
Tabela 22 - Estatística descritiva dos itens com a média mais baixa.....	40
Tabela 23 - Estatística descritiva dos itens com a média mais elevada.....	41

Tabela 24 - Correlações entre as dimensões.....	42
Tabela 25 - Teste t-Student para o género	43
Tabela 26 - Diferenças de resultados para a dimensão autopromoção	45
Tabela 27 - Análise ANOVA por escolas.....	46
Tabela 28 - Resumo dos Testes de Hipótese	49
Tabela 29 - Análise de fiabilidade - Conservação	C-1
Tabela 30 - Análise de fiabilidade - Autopromoção.....	C-1
Tabela 31 - Análise de fiabilidade - Autopromoção.....	C-2
Tabela 32 - Análise descritiva dos itens.....	D-1

Lista de Abreviaturas e Siglas

AFA	Academia da Força Aérea
AFE	Análise Fatorial Exploratória
AM	Academia Militar
AMU	Abertura à Mudança
APR	Autopromoção
ATR	Autotranscendência
AU	Autodeterminação
BE	Benevolência
CNS	Conservação
CO	Conformidade
EMES	Escolas Militares de Ensino Superior
EMFAR	Estatuto dos Militares das Forças Armadas
EN	Escola Naval
ES	Estimulação
FFAA	Forças Armadas
HE	Hedonismo
KMO	Kaiser-Meyer-Olkin
PO	Poder
RE	Realização
RVS	Rokeach Value Survey
SE	Segurança
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences

SVS Schwartz Value Survey

TR Tradição

UN Universalismo

1 Introdução

Este estudo, subordinado ao tema “Os Valores Humanos no Ensino Superior Militar: Estudo Comparativo entre os Ramos das Forças Armadas” pretende comparar os níveis de valores humanos nas Escolas Militares de Ensino Superior (EMES) e compreender as diferenças, quando comparados os resultados obtidos em cada uma das instituições.

1.1 Objeto de Estudo

A compreensão dos valores humanos tem sido um processo interminável de sucessivas tentativas para atingir um objetivo que só pode ser alcançado através de constantes aproximações (Milton Rokeach, 1979).

Na sociedade atual, que está em constante mutação, causada em grande parte pela evolução tecnológica e conseguinte globalização, é exigido às organizações que disponham da inovação e criatividade necessárias para prosperar. Assim sendo, cabe às Forças Armadas terem também a capacidade de compreensão e adaptação a uma sociedade que vive uma crise de valores (Silveira, 2015)

As instituições militares têm um papel basilar na formação dos seus alunos, instruindo-os com os conhecimentos necessários para o desempenho das suas funções, bem como concedendo-lhes valores que os deverão acompanhar ao longo das suas carreiras militares e também na sua vivência civil. Nos termos da alínea a) do artigo 74º. do Estatuto dos Militares das Forças Armadas (EMFAR) (*Decreto-Lei n.º 90/2015, de 29 de maio: Aprova o Estatuto dos Militares das Forças Armadas*), os cursos de formação inicial preparam para o “...ingresso nas diferentes categorias, visando a habilitação profissional do militar e a aprendizagem de conhecimentos adequados às evoluções da ciência e tecnologia e, bem assim, ao seu desenvolvimento cultural.”.

Este período de tempo assume uma outra função importante, uma vez que permite contribuir para uma primeira fase de integração dos novos militares na instituição

e, por isso, tem uma natureza marcadamente comportamental (Barreiros dos Santos, 2013).

Deste modo, o período de formação dos Oficiais da Forças Armadas (FFAA) é um processo de desenvolvimento individual, com adaptação a novos conceitos, e também a atitudes e comportamentos adequados ao desempenho de funções dentro de qualquer organização.

Segundo Barreiros dos Santos (2013, p. 6), “os valores constituem uma base de referência para a relação que o militar estabelece com a Instituição em que se integra e também para a relação com os outros.” Os valores existentes ditam os que serão desenvolvidos naqueles que se integram nas instituições devido ao efeito da aprendizagem organizacional, uma “...metáfora que tenta explicar a aprendizagem que resulta da interação de indivíduos na organização” (Fernandes, 2007, p. 23).

Segundo Bilhim (2004) uma formação eficaz será aquela que provoca uma “transformação” dos valores e atitudes que caracterizam os discentes. Ademais, a formação comportamental representa um dos fatores mais determinantes na mudança de atitudes e comportamentos (Madureira, 2004), podendo provocar uma superação das realizações individuais e das equipas em relação ao que seria normalmente expectável.

O US Army (FM 22-100 Military Leadership, 1999, adaptado por Leader to Leader Institute, 2004) define o modelo de liderança em contexto militar como sendo constituído pelas dimensões: ser/estar, saber (habilidades) e fazer (ações). Os valores e os atributos são os constituintes da dimensão *ser/estar*, comprovando a relevância da formação pessoal como meio de desenvolvimento de militares mais capazes de exercer cargos de liderança dentro das Forças Armadas, uma organização cuja atividade se baseia “nos valores militares fundamentais da missão, da hierarquia, da coesão, da disciplina, da segurança e da obediência aos órgãos de soberania competentes nos termos da Constituição e da lei.” (Artigo 1.º do Decreto-Lei nº91/2009, p. 4667).

É seguindo esta doutrina que se assume o período de instrução nas escolas militares, e em particular o primeiro ano de integração de novos alunos, como um momento apropriado para a criação de valores nos mesmos. Um período que coincide com o início da maioridade e, portanto, a sua personalidade tende a tornar-se mais

definida e imutável, formando-os não só como trabalhadores e militares, mas acima de tudo como seres humanos e adultos integrantes de uma sociedade civil.

1.2 Objetivos

Com este estudo pretende-se assim, identificar os valores humanos demonstrados pelos alunos das Escolas Militares de Ensino Superior (EMES) e as diferenças entre os mesmos, como amostra de uma das facetas da liderança que desempenharão no futuro. Procura-se igualmente uma compreensão quanto à evolução destes mesmos valores, podendo revelar um momento da carreira dos alunos que seja mais significativo para o seu desenvolvimento e quais as mudanças que sofrem a partir deste.

A comparação entre Instituições de Ensino Militar permitirá avaliar o peso da aprendizagem organizacional, que será um ponto diferenciador entre três universos que seguem doutrinas teóricas semelhantes, nos quais existe partilha de instrutores e convivência entre os discentes. Assim, tendo em vista esta temática, o autor propõe-se a estudá-la utilizando como pergunta de partida: “De que modo se diferenciam os valores humanos entre os alunos das Escolas Militares de Ensino Superior?”

Ao dar resposta a esta questão de partida, tenciona-se atingir os seguintes objetivos gerais:

- i. Identificar os Valores Humanos demonstrados pelos alunos militares.
- ii. Identificar quais as diferenças dos níveis de Valores Humanos determinados, entre cada uma das Escolas Militares de Ensino Superior.

Destes objetivos gerais procedem os seguintes objetivos específicos:

- i. Determinar se existe uma variação dos valores ao longo dos anos.
- ii. Averiguar se algum momento da formação pode ser considerado como mais influente para a criação de valores.

1.3 Panorâmica

Esta dissertação apresenta-se estruturada em seis capítulos. O primeiro e presente capítulo dedicou-se à explicitação do objeto em estudo, dando a conhecer a problemática abordada e terminando com a identificação dos objetivos gerais e objetivos específicos derivados.

No segundo capítulo é realizada uma revisão de literatura sobre os principais conceitos associados à temática do estudo dos valores humanos e as principais teorias da literatura, encerrando com a formulação de hipóteses.

No terceiro capítulo é descrito o procedimento metodológico utilizado. Realiza-se ainda uma caracterização do instrumento de recolha de dados e dos itens constituintes, terminando com uma caracterização da amostra em estudo.

Seguidamente, no quarto capítulo, são apresentados os resultados obtidos e os procedimentos para tratamento dos mesmos, nomeadamente a análise de fidelidade, a análise fatorial exploratória e a análise de sensibilidade do instrumento utilizado. Também é apresentada uma análise descritiva e de correlação entre variáveis, terminando com os testes de diferenças de médias.

No quinto capítulo, correspondente à discussão de resultados, são apresentados os testes de hipóteses, averiguando quais foram confirmadas e negadas.

Por fim, no sexto e último capítulo, são apresentadas as conclusões alcançadas, indicando se os objetivos gerais, assim como os específicos foram conseguidos. Adicionalmente são apresentadas as contribuições deste estudo, enumeradas as limitações a que foi sujeito e indicadas propostas para possíveis investigações futuras.

2 Revisão de Literatura

2.1 O Conceito de Valor

Os valores humanos são atualmente mencionados com frequência, sendo utilizados como um elemento de explicação de comportamentos e assim influenciando a vida pessoal e social dos indivíduos (Granja & Peixoto, 2013). Esta banalização do termo valor é referida por Rohan (2000) que considera o seu “uso e abuso” um entrave para a evolução da pesquisa e avanço das teorias criadas.

Este problema de classificação, que existe desde o início do estudo da matéria causou mesmo uma proposta para criação de um novo termo técnico para definir o conceito (Adler, 1956). A diversidade de bibliografia e a própria complexidade e riqueza do conceito (Birou, 1976), resultante também da subjetividade da sua importância, levou ao aparecimento de diversas definições.

Uma das primeiras definições do termo literário surge por parte de Lewin (1952) que afirma que os valores humanos influenciam os comportamentos, guiando as ações das pessoas, mas sem serem tidos como os objetivos desses mesmos comportamentos. Por exemplo, uma pessoa não age para tentar “alcançar” o valor de justiça, mas a justiça determina as suas ações.

Kluckhohn (1951) acredita que o valor é uma concepção que distingue um indivíduo e que influencia a sua seleção de um certo modo de agir. De entre todas as maneiras de alcançar um objetivo, são os valores que determinam o modo de ação de cada um.

Heider (1958) acrescenta que o termo valor deve ser utilizado como propriedade de uma entidade (individual ou coletiva), e que possui uma conotação objetivamente positiva.

D. T. Campbell (1963) sugere que a característica comum dos distintos conceitos existentes é que os valores podem sempre ser vistos como coordenadores de comportamento.

Milton Rokeach, considerado um dos pioneiros no estudo dos valores humanos, traz uma nova visão do tema, ao definir o valor como “uma crença duradoura que um modo específico de conduta ou estado-final de existência é pessoalmente ou socialmente preferido em relação a um oposto” (1973, p. 5).

Schwartz (1999, p. 24) introduz o aspeto motivacional ao conceito, ao definir valores como “conceções do desejado que guiam o modo como atores sociais selecionam ações, avaliam pessoas e eventos, e explicam as suas ações e avaliações”.

Corey, Corey e Callahan (2003) acrescentam um fator negativo aos valores, afirmando que envolvem crenças gerais sobre formas desejáveis ou indesejáveis de comportamento, relacionados com objetivos ou finalidades.

Tende em conta estas definições do conceito, podemos concluir que os valores, numa realidade e estado de arte contemporâneos, poderão ser definidos como conceitos ou crenças acerca de comportamentos ou estados desejados que transcendem situações específicas, guiam, selecionam e/ou avaliam o comportamento e os acontecimentos, e são ordenados pela sua importância relativa (M. Rokeach, 1973; S. H. Schwartz et al., 2012; S. H. Schwartz & Bilsky, 1987).

2.2 Teorias de Valores Humanos

2.2.1 Teorias Iniciais

Os estudos iniciais dos valores humanos centravam-se na diferenciação e explicação de certas características humanas, levando a uma conceptualização e tentativa de definição do termo valor na mesma época temporal (Rohan, 2000).

Ao longo do tempo, novas gerações, sujeitas a diferentes ambientes, aparecem com novos valores, novas ideias e formas de pensar que se refletirão na forma de trabalhar (Parry & Urwin, 2011), portanto, a realidade atual é bem diferente daquela aquando do início da teorização dos valores presentes nos humanos.

O filósofo Eduard Spranger (1928) sugeriu que todas as pessoas possuíam seis tipos de atitudes em diferentes proporções, sendo uma delas a dominante e o principal

fator para moldar o carácter de cada um. O seu trabalho influenciou a criação da primeira versão do *Study of Values Instrument*, que media quais os valores prioritários para cada pessoa através do estudo dos resultados de um inquérito por questionário. Este foi, durante muitos anos, o principal método de avaliação de valores humanos.

Também através da aplicação de um questionário, que averiguava a aprovação ou não de determinadas ações, Morris (1956) concluiu que cinco tipos de valores definiam as formas de viver: restrição social e autocontrolo, prazer e progresso na ação, abstinência e auto-suficiência, receptividade e preocupação, e auto-indulgência.

Este trabalho do filósofo levou a que fosse considerado como estando à frente da sua época em termos de instrumento de medida (Rohan, 2000). Este conceito é usado ainda hoje no estudo dos valores, e baseia-se na ideia de que as pessoas compreendem a sociedade avaliando diferentes configurações e características, e comparando esta avaliação com um protótipo de referência (Broughton et al., 1993).

2.2.2 A Teoria de Valores de Rokeach

Milton Rokeach (1918-1988) é tido como um dos pioneiros do estudo dos valores humanos como uma matéria pertencente à área da psicologia social.

A sua teoria de valores tem por base cinco grandes proposições (M. Rokeach, 1973):

- I. O número total de valores que cada individuo possui é relativamente pequeno;
- II. Todos os indivíduos possuem os mesmos valores, mas em diferentes graus;
- III. Os valores estão dispostos em sistemas de valores;
- IV. A cultura, as sociedades, as instituições e a personalidade fazem parte dos antecedentes dos valores;
- V. As consequências dos valores humanos tendem a manifestar-se em todos os fenómenos de estudo das ciências sociais.

Segundo Rokeach (1973) os valores são adquiridos de forma absoluta, pois os comportamentos têm sempre em vista o alcance de estados-finais desejáveis. Esta perspectiva é esclarecida através da exemplificação de que as pessoas não são ensinadas a “ser um pouco honestas ou lógicas ou prosperar só por um pouco de salvação ou paz” (M. Rokeach, 1973, p. 6).

A causa de variações nos valores de cada sujeito são as experiências que vivenciam e a sua maturidade, que os levam a prezar diferentes objetivos de vida. Ao longo dos anos, o desenvolvimento da personalidade de cada um conduz a uma hierarquização dos valores.

Esta concepção de estado-finais baseia-se também na classificação criada por Rokeach (1973), que divide os valores em dois tipos: valores instrumentais (modos de conduta) e valores terminais (objetivos que o indivíduo pretende atingir, em que os valores instrumentais são o meio para atingir os valores terminais. A lista dos valores identificados, pertencentes ao *Rokeach Value Survey* é constituída por 36 itens, 18 de cada tipo de valores.

Tabela 1 – Valores Instrumentais e Terminais

Valores Instrumentais	Valores Terminais
Ambição	Vida próspera
Espírito Aberto	Vida excitante
Competência	Sentimento de realização
Alegria	Mundo de paz
Pureza	Mundo de beleza
Coragem	Igualdade
Perdão	Segurança familiar
Auxílio aos outros	Liberdade
Honestidade	Felicidade
Imaginação	Harmonia interior
Independência	Amor
Inteligência	Segurança Nacional
Racionalidade	Prazer
Afetividade	Salvação
Obediência	Auto-estima
Simpatia	Reconhecimento social
Responsabilidade	Amizade
Auto-controlo	Sabedoria

Nota Fonte: Adaptado de Rokeach (1973, p. 28)

A lista de valores elaborada por Rokeach (1973) (tabela 1), apresenta algumas limitações. A primeira quanto à sua universalidade, que é reconhecida pelo autor. Os valores propostos baseavam-se numa representação da sociedade norte-americana, o que por sua vez limitava a aplicação desta escala em diferentes países e culturas. Ainda assim, investigações futuras vieram a comprovar que esta teoria demonstrava adequação e legitimidade suficiente para ser aplicada em diferentes países (Almeida, 2010).

Rokeach (1973) caracterizava os valores como sendo constituídos por três componentes:

- I. **Cognitiva** – as ideias e conhecimento que o indivíduo possui sobre as formas de agir corretamente ou os objetivos finais que pretende atingir;
- II. **Afetiva** – a parte sentimental e emocional que se associa aos valores do indivíduo. Este aprova os valores que demonstram comportamentos positivos e desaprova aqueles que demonstram comportamentos negativos;
- III. **Comportamental** – é o modo que desencadeia a ação do indivíduo, de agir de uma melhor maneira em vez de outra.

Desde o seu desenvolvimento, o RVS foi durante muito tempo o método de medida de valores mais aplicado. No entanto, este não contém uma teoria estrutural de valores subjacente, o que o torna essencialmente uma lista de valores desconectados. Sem esta estrutura, torna-se impossível perceber quais as consequências da priorização de certo valor-tipo em detrimento de outros. Estudo que se torna relevante na tentativa de compreensão de padrões de resposta de grupos com hierarquizações de valores semelhantes (Rohan, 2000).

2.2.3 A Teoria Motivacional de Schwartz

Schwartz e Bilsky desenvolveram uma estruturação do sistema de valores - a Teoria dos Valores Humanos Básicos - ao focar-se no fator motivacional incorporado em cada valor. Para Schwartz (2012), o que faz distinguir um valor de outro é o tipo de objetivo ou motivação que este expressa face ao indivíduo. O seu estudo solidificou a perspectiva de que as pessoas diferem apenas na importância relativa de cada conjunto de valores, mas trouxe uma nova visão acerca das implicações da priorização dos valores.

Segundo o autor, a priorização de valores é uma resposta a “três necessidades universais da existência humana: necessidades biológicas, necessidade de relações sociais coordenadas e a necessidade do funcionamento e sobrevivência do grupo” (S. Schwartz, 1996).

A sua teoria e a estrutura criada para organização dos valores, foram confirmadas com base em 233 amostras de 68 países (S. H. Schwartz, 2006), o que significa que estes domínios motivacionais podem ser reconhecidos em diferentes culturas, ultrapassando uma das limitações atribuídas à teoria de Rokeach. Capacitada desta universalidade cultural, a escala *Schwartz Values Survey* conduziu à identificação de dez tipos de valores motivacionais.

O modelo de valores (S. Schwartz, 1994; S. H. Schwartz et al., 2001) propõe a existência de 10 tipos de valores motivacionais comuns a todos os indivíduos, qualquer que seja o seu contexto cultural:

- I. Poder: Estatuto social e prestígio, controlo ou domínio sobre pessoas e recursos.
- II. Realização: Sucesso pessoal decorrente da demonstração de competências de acordo com critérios sociais.
- III. Hedonismo: Prazer e gratificação para si mesmo.
- IV. Estimulação: Entusiasmo, novidade e desafios de vida.
- V. Autodeterminação: Independência de pensamentos e de ação - Escolher, criar e explorar.
- VI. Universalismo: Compreensão, apreço, tolerância e proteção do bem-estar de todos as pessoas e da natureza;
- VII. Benevolência: Preservar e promover o bem-estar daqueles com se contacta frequentemente;
- VIII. Tradição: Respeito, compromisso e a aceitação dos costumes e ideias culturalmente estabelecidos.
- IX. Conformidade: Restrição de ações, inclinações e impulsos que possam magoar ou prejudicar outros e violar expectativas ou normas sociais.
- X. Segurança: Harmonia e estabilidade da sociedade, das relações e do próprio indivíduo;

A importância atribuída a cada um destes valores constitui o sistema de prioridade de valores do indivíduo. A aplicação destes domínios motivacionais permitiu concluir que podem ser reconhecidos em diferentes culturas, nas quais a diferença entre

os indivíduos tem que ver apenas com o grau de importância atribuído a cada valor (S. H. Schwartz & Bilsky, 1990).

Segundo a teoria apresentada por Schwartz (1992; 1994, 2005), estes dez valores apresentam uma relação dinâmica entre si, devido à proximidade e oposição entre os seus conceitos – tendo por exemplo o valor de conformidade, é perceptível a proximidade teórica que tem do valor de segurança e o contraste com o valor de estimulação.

Esta relação entre valores levou a que fossem estruturados de modo circular, por forma a facilitar a visualização entre as relações de proximidade/complementaridade ou oposição/antagonismo entre os valores. Isto é, os valores mais próximos entre têm motivações subjacentes semelhantes e, por outro lado, os valores mais afastados na estrutura circular têm subjacentes motivações antagónicas (Schwartz, 1994; 1992).

Esta estrutura levou ao agrupamento dos valores em quatro dimensões, distribuídas sobre dois eixos bidimensionais: um primeiro eixo que opõe valores de autotranscendência (universalismo, benevolência) a valores de autopromoção (poder e realização); e um segundo eixo que opõe valores de abertura à mudança (autodeterminação, estimulação e hedonismo) a valores de conservação (tradição, conformidade e segurança) (Schwartz, 2006).

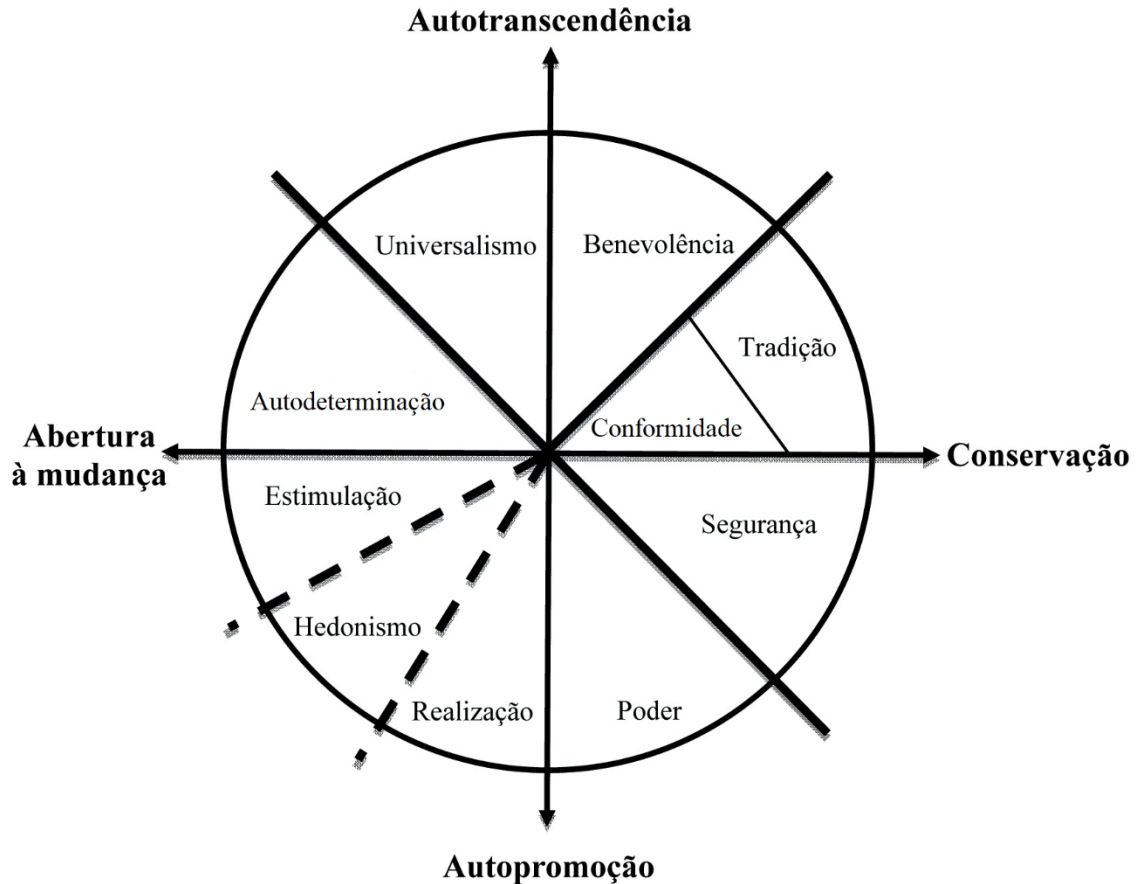


Figura 1 - Estrutura Bidimensional dos Valores Humanos

Nota Fonte: Adaptado de Schwartz, (2012, p.9)

No eixo abertura à mudança versus conservação estão dispostos os valores que se relacionam com o conflito entre “seguir os próprios interesses intelectuais e emocionais em direções incertas e imprevisíveis” e “preservar o *status quo* e a certeza derivada nas relações com outros, instituições e tradições” (Schwartz, 1992, p. 43).

No eixo autotranscendência versus autopromoção estão dispostos os valores que se relacionam com o conflito entre a preocupação pelas consequências das ações (próprias e de outros) para o próprio e para o contexto social.

O valor hedonismo partilha características motivacionais com a dimensão autopromoção e com a dimensão abertura à mudança, daí a sua representação singular.

A criação desta estrutura, permitiu especificar as relações entre os valores dentro do sistema: as prioridades das pessoas serão semelhantes para valores adjacentes e as maiores diferenças irão ocorrer para valores que estejam opostos na estrutura. Ademais, o autor desaconselha a análise dos dez tipos de valores individualmente (S.H. Schwartz, 2003), sugerindo a análise dos valores motivacionais segundo as estruturas bidimensionais criadas, de forma a que se obtenham dados potencialmente mais consistentes.

2.3 Formulação de Hipóteses

De acordo com a literatura anteriormente revista, é de salientar que as teorias principais associam os valores demonstrados com as vivências e com objetivos que se pretendem alcançar.

Assim sendo, pode ser formulada a seguinte hipótese:

H1: Existe uma proximidade entre os Valores Humanos dos alunos pertencentes às Escolas Militares de Ensino Superior.

Devido à proximidade das missões dos três ramos das Forças Armadas e a semelhante formação, prevê-se que os alunos partilhem objetivos, e visões daquilo que é ou não aceitável.

Do mesmo modo, formula-se a seguinte hipótese:

H2: Existe uma proximidade entre os Valores Humanos dos alunos do género masculino e feminino.

O fator demográfico do género não deverá contribuir para a diferenciação dos valores humanos, visto que ambos os géneros estão sujeitos à mesma realidade e desafios.

Visto que os alunos ingressam nas EMES no início da sua vida adulta, estas escolas são os locais onde amadurecem e desenvolvem as suas personalidades, e onde são ensinados os princípios da condição militar. Segundo Van Der Wal, De Graaf e Lasthuizen (2008) o tempo que se encontra empregado influencia os valores dos

colaboradores. Tendo em conta este período de amadurecimento e o crescente tempo de serviço, alcança-se a hipótese:

H3: Os valores dos alunos vão, ao longo dos anos, tornando-se mais uniformes.

Segundo o Decreto-Lei n.º 90/2015 do EMFAR, os deveres militares incluem os deveres de obediência, autoridade, lealdade e sigilo, conceitos que se adequam aos valores representativos da dimensão de conservação, e os deveres de camaradagem e tutela, que se adequam aos valores representativos da dimensão de autotranscendência.

Posto isto, surgem as duas seguintes hipóteses:

H4a: No eixo de Abertura à Mudança/Conservação, os valores da dimensão de Conservação são os mais presentes nos alunos militares.

H4b: No eixo de Autopromoção/Autotranscendência, os valores da dimensão de Autotranscendência são os mais presentes nos alunos militares.

3 Metodologia

Havendo sido feita a contextualização teórica da temática abordada neste estudo na supracitada Revisão de Literatura, neste capítulo será descrita a metodologia de investigação utilizada, serão caracterizados o instrumento utilizado para recolha de dados e as ferramentas empregues para o processamento e análise de dados. No final, será apresentada a caracterização sociodemográfica da amostra conseguida.

3.1 Desenho da Pesquisa

Creswell (2012) classifica uma pesquisa com recurso a métodos quantitativos como uma abordagem que testa teorias examinando as relações existentes entre variáveis, que podem ser medidas através de instrumentos para serem posteriormente analisadas com recurso a procedimentos estatísticos.

Dada a dimensão da amostra e a natureza do estudo, foi utilizado um inquérito por questionário para a recolha de dados. A utilização deste procedimento facilita o levantamento de dados em amostras de maior dimensão e também a standardização das respostas recolhidas (Nascimento, 2010).

Este questionário baseia-se numa estratégia de recolha de dados quantitativa, que serão tratados de forma descritiva e correlacional, associada a um raciocínio hipotético-dedutivo. Partindo da teoria de valores humanos de Schwartz, descrita na Revisão de Literatura, tentar-se-á validar o modelo de análise com base no estudo dos resultados recolhidos junto da amostra (Coutinho, 2014; Nascimento, 2010).

Os resultados obtidos nesta investigação poderão resultar numa alteração das práticas de Gestão de Recursos Humanos e, inclusivamente, de recrutamento por parte dos ramos das Forças Armadas, fazendo com que esta tome também a forma de investigação aplicada (Coutinho, 2014).

3.2 Caracterização do Inquérito por Questionário

O inquérito utilizado (anexo A) na investigação é constituído por duas secções, a primeira integra as questões de caracterização demográfica e a segunda é constituída pelas questões de resposta fechada, com escala linear do tipo *Likert*, pertencentes à Escala de Valores Humanos (Schwartz, 2003), na versão reduzida do *Portrait Values Questionnaire*.

3.2.1 Itens de Caracterização da Amostra

A primeira secção do questionário inclui perguntas de foro demográfico, primeiramente para que sejam definidos a idade e o género e em seguida qual a instituição de ensino, o curso e o ano que está a ser frequentado.

3.2.2 Instrumento de Medida da Valores Humanos

A Escala de Valores de Schwartz consiste em 21 itens baseados nos 10 valores motivacionais de Schwartz (2003) e está presente no anexo B. Cada um dos itens apresenta a descrição de uma pessoa em termos de metas pessoais. Para cada um, os respondentes devem associar um valor da escala de *Likert*. A escala utilizada varia entre 1 e 5, com cada valor a corresponder a: “Não se parece em nada comigo” (1); “É pouco parecido comigo” (2); “É mais ou menos parecido comigo” (3); “É muito parecido comigo” (4) e “É exatamente como eu” (5). A pontuação para a importância de cada valor é a média das respostas dos itens que o compõem e a pontuação da importância para cada dimensão – valores de ordem superior – é obtida através da média dos itens dos valores que compõem cada uma das dimensões.

Cada item é constituído por duas frases descritivas que medem o mesmo conceito Schwartz (2003): uma que diz respeito à importância dada a um valor específico e a outra a um sentimento complementar relacionado com o mesmo valor (e.g., “2. Um homem/mulher para quem é importante ser rico/a. Quer ter muito dinheiro e coisas caras.”, valor poder).

Os valores humanos consistem, de acordo com o modelo de Schwartz, em dez valores motivacionais – universalismo (itens UN3; UN8; UN19), benevolência (itens BE12; BE18), conformidade (itens CO7; CO16), tradição (itens TR9; TR20), segurança (itens SE5; SE14), poder (itens PO2; PO17), realização (itens RE4; RE13), hedonismo (itens HE10; HE21), estimulação (itens ES6; ES15) e autodeterminação (itens AU1; AU11), representativos dos fins que se pretendem atingir com a adesão a valores específicos.

Os valores motivacionais agrupam-se em quatro dimensões fundamentais:

1. Autotranscendência (ATR) – universalismo, benevolência;
2. Conservação (CNS) – conformidade, tradição, segurança;
3. Autopromoção (APR) – poder, realização;
4. Abertura à mudança (AMU) – hedonismo, estimulação e autodeterminação.

Segundo Schwartz (2011), a partir de amostras representativas de trinta e dois países, mais de 150000 pessoas já responderam a esta questionário, corroborando a validade transcultural da escala. Quanto à fiabilidade, a sua consistência interna é em média $\alpha = 0,56$, variando entre $\alpha = 0,36$ (tradição) e $\alpha = 0,70$ (realização).

Relativamente às quatro dimensões de ordem superior, Schwartz (2003) apresenta valores para a consistência interna a variarem entre $\alpha = 0,74$ para a Autotranscendência e $\alpha = 0,81$ para a Autopromoção, com base nos dados de amostras de dois países (Reino Unido e Países Baixos).

3.3 Pré-teste ao Questionário

O pré-teste consiste na realização de um pequeno estudo piloto na parte final da realização do questionário, de modo a determinar o quão bem avalia os fatores pretendidos (Hunt et al., 1982). Permite também solucionar dificuldades que possam surgir na resposta ao mesmo e emendar gralhas antes da disseminação do inquérito.

Com este objetivo, o inquérito foi primeiramente partilhado com os alunos do 5º ano da Academia da Força Aérea. Os alunos classificaram-no como de fácil

compreensão, suscitando apenas pequenas dúvidas, que levaram ao refinamento da redação de algumas questões. Este teste permitiu também concluir que o tempo médio de execução se situava ligeiramente acima dos 5 minutos.

3.4 Procedimento

Anteriormente à aplicação do questionário, foi exposto a Suas Excelências os Comandantes da Escola Naval, da Academia Militar e da Academia da Força Aérea o requerimento para a realização do mesmo, tendo recebido o aval de Suas Excelências.

Por forma a determinar a população inquirida, foram contactados os alunos mais precedentes de cada uma das EMES, que providenciaram os numerários de alunos totais e respetivos a cada ano.

A aplicação do inquérito foi encerrada a 17 de abril de 2020, tendo estado disponível desde dia 20 de março para a Academia da Força Aérea, desde dia 27 de março para a Academia Militar e desde dia 9 de abril para a Escola Naval. Este foi enviado através de correio eletrónico e executado utilizando a plataforma Google Forms. Os dados resultantes foram tratados com recurso ao *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versão 26.0.

3.5 Caracterização da Amostra

A população-alvo deste estudo é composta pelos alunos das EMES, compreendidos entre o 1º e o 5º ano curriculares. Foram excluídos os alunos mais antigos devido à diferenciação de funções e empenho dos mesmos em cada uma das instituições.

Aplicando-se o questionário a toda a população-alvo, obteve-se uma amostra por conveniência de 386 elementos.

Tabela 2 - Amostra - Distribuição por anos

	Frequência	Porcentagem
5º ano	56	14,5
4º ano	91	23,6
3º ano	52	13,5
2º ano	59	15,3
1º ano	128	33,2
Total	386	100,0

Tabela 3 - População - Distribuição por anos

	Frequência	Porcentagem
5º ano	141	17,4
4º ano	153	18,9
3º ano	162	20,0
2º ano	170	21,0
1º ano	183	22,6
Total	809	100,0

Nas tabelas é apresentada uma caracterização descritiva da amostra e população, relativamente ao ano frequentado. São visíveis pequenas discrepâncias, já que o peso dos alunos de primeiro e quarto ano é maior na amostra do que na população, sendo inferior para os restantes anos.

Tabela 4 - Distribuição por géneros

	Frequência	Porcentagem
Feminino	72	18,7
Masculino	314	81,3
Total	386	100,0

Como se pode verificar na tabela, a amostra é constituída na sua maioria por militares do género masculino (81%).

Tabela 5 - Distribuição por instituições

	Frequência	Percentagem
AFA	134	34,7
AM	138	35,8
EN	114	29,5
Total	386	100,0

A amostra é constituída por alunos das três escolas em parte quase igual, o que não representado a realidade dos quantitativos da população, permite uma análise de dados comparativa entre as três instituições.

4 Resultados

Neste capítulo serão explicitados os resultados obtidos no presente estudo e as análises aplicadas aos mesmos. Será descrito o estudo das qualidades psicométricas do instrumento aplicado, seguido da análise descritiva, análise correlacional entre fatores e testes de diferenças de médias.

4.1 Análise de Sensibilidade de Análise Fatorial Exploratória

4.1.1 Autotranscendência

O fator da dimensão de autotranscendência é composto por 3 itens do valor de universalismo e 2 itens do valor de benevolência, e apresenta um valor de coeficiente de *alfa de Cronbach* de 0,642, que classifica a fiabilidade do fator como moderada (Robinson et al., 1991).

Tabela 6 - Estatísticas de item-total - Autotranscendência

	Média de escala se o item for excluído	Variância de escala se o item for excluído	Correlação de item total corrigida	Alfa de Cronbach se o item for excluído
UN3 Um homem/mulher que acha importante que todas as pessoas no mundo sejam tratadas igualmente. Acredita que todos devem ter as mesmas oportunidades na vida.	17,33	3,618	,341	,626
UN8 Um homem/mulher para quem é importante ouvir pessoas diferentes de si. Mesmo quando discorda de alguém continua a querer compreender essa pessoa.	17,30	3,925	,382	,595
UN19 Um homem/mulher que acredita seriamente que as pessoas devem proteger a natureza. Proteger o ambiente é importante para ele/ela.	17,32	3,793	,352	,612
BE12 Um homem/mulher para quem é importante ajudar os que o/a rodeiam. Preocupa-se com o bem-estar dos outros.	17,08	3,796	,531	,533
BE18 Um homem/mulher para quem é importante ser leal com os amigos. Dedicar-se às pessoas que lhe são próximas.	16,94	4,090	,421	,582

A análise da correlação item-total concluiu que todos os itens têm uma contribuição considerável para o fator e que a eliminação de algum item levaria a uma diminuição do valor de *alfa de Cronbach* e, conseqüentemente, da fiabilidade do fator.

A análise fatorial exploratória aplicada a estes 5 itens permitiu a extração de um fator, que explica 43% da variância total. Estes resultados estão em linha com o modelo de medida da dimensão autotranscendência.

Tabela 7 - Matriz dos fatores - Autotranscendência

	Fator
	1
BE12 Um homem/mulher para quem é importante ajudar os que o/a rodeiam. Preocupa-se com o bem-estar dos outros.	,731
BE18 Um homem/mulher para quem é importante ser leal com os amigos. Dedicar-se às pessoas que lhe são próximas.	,553
UN8 Um homem/mulher para quem é importante ouvir pessoas diferentes de si. Mesmo quando discorda de alguém continua a querer compreender essa pessoa.	,516
UN3 Um homem/mulher que acha importante que todas as pessoas no mundo sejam tratadas igualmente. Acredita que todos devem ter as mesmas oportunidades na vida.	,431
UN19 Um homem/mulher que acredita seriamente que as pessoas devem proteger a natureza. Proteger o ambiente é importante para ele/ela.	,419

Método de Extração: Máxima Verossimilhança.

KMO = 0,725

Os resultados demonstram que todos os itens têm uma contribuição para o fator com boas cargas fatoriais, não sugerindo a eliminação de qualquer item.

4.1.2 Conservação

O fator da dimensão de conservação é composto por 2 itens do valor de conformidade, 2 itens do valor de tradição e 2 itens do valor de segurança, apresentando um valor de coeficiente de *alfa de Cronbach* de 0,608, que classifica a fiabilidade do fator como moderada (Robinson et al., 1991).

Tabela 8 - Estatísticas de item-total - Conservação

	Média de escala se o item for excluído	Variância de escala se o item for excluído	Correlaçã o de item total corrigida	Correlaçã o múltipla ao quadrado	Alfa de Cronbach se o item for excluído
CO7 Um homem/mulher que acha que as pessoas devem fazer o que lhes mandam. Acha que as pessoas devem cumprir sempre as regras mesmo quando ninguém está a ver.	18,55	7,796	,435	,264	,526
CO16 Um homem/mulher para quem é importante portar-se sempre como deve ser. Evita fazer coisas que os outros digam que é errado.	18,80	7,597	,456	,287	,515
TR9 Um homem/mulher para quem é importante ser humilde e modesto/a. Tenta não chamar as atenções sobre si.	18,25	8,754	,274	,094	,589
TR20 Um homem/mulher que dá importância à tradição. Faz tudo o que pode para agir de acordo com a sua religião e a sua família.	18,95	8,125	,252	,075	,608
SE5 Um homem/mulher que dá muita importância a viver num sítio onde se sinta seguro/a. Evita tudo o que possa pôr a sua segurança em risco.	18,78	8,136	,288	,141	,588
SE14 Um homem/mulher para quem é importante que o Governo garanta a sua segurança, contra todas as ameaças. Quer que o estado seja forte, de modo a poder defender os cidadãos.	18,10	8,477	,380	,148	,553

A análise da correlação item-total concluiu que os itens têm uma contribuição considerável para o fator e que a eliminação de algum não produziria um aumento do valor de *alfa de Cronbach* e, conseqüentemente, da fiabilidade do fator.

A análise fatorial exploratória aplicada a estes 6 itens permitiu a extração de um fator, que explica 35% da variância total. Estes resultados estão em linha com o modelo de medida da dimensão conservação.

Tabela 9 - Matriz dos fatores - Conservação

	Fator
	1
CO16 Um homem/mulher para quem é importante portar-se sempre como deve ser. Evita fazer coisas que os outros digam que é errado.	,656
CO7 Um homem/mulher que acha que as pessoas devem fazer o que lhes mandam. Acha que as pessoas devem cumprir sempre as regras mesmo quando ninguém está a ver.	,628
SE14 Um homem/mulher para quem é importante que o Governo garanta a sua segurança, contra todas as ameaças. Quer que o estado seja forte, de modo a poder defender os cidadãos.	,453
SE5 Um homem/mulher que dá muita importância a viver num sítio onde se sinta seguro/a. Evita tudo o que possa pôr a sua segurança em risco.	,384
TR9 Um homem/mulher para quem é importante ser humilde e modesto/a. Tenta não chamar as atenções sobre si.	,338
TR20 Um homem/mulher que dá importância à tradição. Faz tudo o que pode para agir de acordo com a sua religião e a sua família.	,306

Método de Extração: Máxima Verossimilhança.

KMO = 0,676

Os resultados sugerem a eliminação dos itens SE5, TR9 e TR20, por apresentarem uma carga fatorial inferior a 0,4 tornando-se a repetir a AFE com os três itens restantes, sendo 2 itens referentes ao valor de conformidade e 1 ao valor de segurança.

A nova AFE permitiu a extração de um fator que explica 55% da variância e apresenta boas cargas fatoriais

Tabela 10 - Matriz dos fatores - Conservação

	Fator
	1
CO7 Um homem/mulher que acha que as pessoas devem fazer o que lhes mandam. Acha que as pessoas devem cumprir sempre as regras mesmo quando ninguém está a ver.	,704
CO16 Um homem/mulher para quem é importante portar-se sempre como deve ser. Evita fazer coisas que os outros digam que é errado.	,621
SE14 Um homem/mulher para quem é importante que o Governo garanta a sua segurança, contra todas as ameaças. Quer que o estado seja forte, de modo a poder defender os cidadãos.	,405

Método de Extração: máxima Verossimilhança.

KMO = 0,607

Este modelo de mediada final da dimensão conservação apresenta um coeficiente do *alfa de Cronbach* de 0,594, que corresponde a uma fiabilidade ligeiramente abaixo do moderado.

4.1.3 Autopromoção

O fator da dimensão de Autopromoção é composto por 2 itens do valor de poder e 2 itens do valor de realização, apresentando um valor de coeficiente de *alfa de Cronbach* de 0,609, que classifica a fiabilidade do fator como moderada (Robinson et al., 1991).

Tabela 11 - Estatísticas de item-total - Autopromoção

	Média de escala se o item for excluído	Variância de escala se o item for excluído	Correlação de item total corrigida	Alfa de Cronbach se o item for excluído
PO2 Um homem/mulher para quem é importante ser rico/a. Quer ter muito dinheiro e coisas caras.	11,17	4,118	,271	,630
PO17 Um homem/mulher para quem é importante que os outros lhe tenham respeito. Quer que as pessoas façam o que ele/ela diz.	9,97	4,357	,300	,599
RE4 Um homem/mulher que dá muita importância a poder mostrar as suas capacidades. Quer que as pessoas admirem o que faz.	10,18	3,366	,476	,466
RE13 Um homem/mulher para quem é importante ter sucesso. Gosta de receber o reconhecimento dos outros.	9,87	3,638	,539	,431

A análise da correlação item-total concluiu que o item PO2 possuiu uma baixa correlação e que a sua eliminação levaria a um aumento do valor de *alfa de Cronbach* e da fiabilidade do fator.

A análise fatorial exploratória aplicada a estes 4 itens permitiu a extração de um fator, que explica 47% da variância total. Estes resultados estão em linha com o modelo de medida da dimensão Conservação.

Tabela 12 - Matriz dos fatores - Autopromoção

	Fator
	1
RE13 Um homem/mulher para quem é importante ter sucesso. Gosta de receber o reconhecimento dos outros.	,815
RE4 Um homem/mulher que dá muita importância a poder mostrar as suas capacidades. Quer que as pessoas admirem o que faz.	,639
PO17 Um homem/mulher para quem é importante que os outros lhe tenham respeito. Quer que as pessoas façam o que ele/ela diz.	,409
PO2 Um homem/mulher para quem é importante ser rico/a. Quer ter muito dinheiro e coisas caras.	,312

Método de Extração: máxima Verossimilhança.

KMO = 0,636

Os resultados da análise sugerem também a eliminação do item PO2, por apresentar uma carga fatorial inferior a 0,4. Foi repetida a AFE com os três itens restantes, 2 referentes ao valor de Realização e 1 ao valor de Segurança.

A nova AFE permitiu a extração de um fator que explica 58% da variância e apresenta boas cargas fatoriais.

Tabela 13 - Matriz dos fatores - Autopromoção

	Fator
	1
RE13 Um homem/mulher para quem é importante ter sucesso. Gosta de receber o reconhecimento dos outros.	,912
RE4 Um homem/mulher que dá muita importância a poder mostrar as suas capacidades. Quer que as pessoas admirem o que faz.	,570
PO17 Um homem/mulher para quem é importante que os outros lhe tenham respeito. Quer que as pessoas façam o que ele/ela diz.	,387

Método de Extração: máxima Verossimilhança.

KMO = 0,582

Este novo modelo de medida da dimensão Autopromoção apresenta um coeficiente do *alfa de Cronbach* de 0,630.

4.1.4 Abertura à Mudança

O fator da dimensão de Abertura à Mudança é composto por 2 itens do valor de hedonismo, 2 itens do valor de estimulação e 2 itens do valor de autodeterminação e apresenta um valor de *alfa de Cronbach* de 0,639, que classifica a sua fiabilidade como moderada (Robinson et al., 1991).

Tabela 14 - Estatísticas de item-total - Abertura à Mudança

Estatísticas de item-total

	Média de escala se o item for excluído	Variância de escala se o item for excluído	Correlação de item total corrigida	Alfa de Cronbach se o item for excluído
HE10 Um homem/mulher para quem é importante passar bons momentos. Gosta de tratar bem de si.	19,91	6,067	,394	,588
HE21 Um homem/mulher que procura aproveitar todas as oportunidades para se divertir. É importante para ele/ela fazer coisas que lhe dão prazer.	20,15	5,794	,372	,595
ES6 Um homem/mulher que gosta de surpresas e está sempre à procura de coisas novas para fazer. Acha que é importante fazer muitas coisas diferentes na vida.	20,24	5,565	,421	,575
ES15 Um homem/mulher que procura a aventura e gosta de correr riscos. Quer ter uma vida emocionante.	20,27	5,721	,366	,598
AU1 Um homem/mulher que dá importância a ter novas ideias e ser criativo/a. Gosta de fazer as coisas à sua maneira.	20,32	6,271	,302	,619
AU11 Um homem/mulher para quem é importante tomar as suas próprias decisões sobre o que faz. Gosta de ser livre e não estar dependente dos outros.	20,05	6,036	,362	,598

A análise da correlação item-total concluiu que todos os itens têm uma contribuição considerável para o fator e que a eliminação de algum item levaria a uma diminuição do valor de *alfa de Cronbach* e, conseqüentemente, da fiabilidade do fator.

Primeiramente, a análise fatorial exploratória aplicada a estes itens levou à extração de dois fatores, o que levou a que fosse repetida fixando a obtenção de um

fator. Esta nova AFE produziu um fator que explica 36% da variância total. Estes resultados estão em linha com o modelo de medida da dimensão Abertura à Mudança.

Tabela 15 - Matriz dos fatores - Abertura à Mudança

	Fator
	1
ES6 Um homem/mulher que gosta de surpresas e está sempre à procura de coisas novas para fazer. Acha que é importante fazer muitas coisas diferentes na vida.	,544
HE10 Um homem/mulher para quem é importante passar bons momentos. Gosta de tratar bem de si.	,528
HE21 Um homem/mulher que procura aproveitar todas as oportunidades para se divertir. É importante para ele/ela fazer coisas que lhe dão prazer.	,496
AU11 Um homem/mulher para quem é importante tomar as suas próprias decisões sobre o que faz. Gosta de ser livre e não estar dependente dos outros.	,462
ES15 Um homem/mulher que procura a aventura e gosta de correr riscos. Quer ter uma vida emocionante.	,461
AU1 Um homem/mulher que dá importância a ter novas ideias e ser criativo/a. Gosta de fazer as coisas à sua maneira.	,376

Método de Extração: máxima Verossimilhança.

KMO = 0,680

Os resultados desta análise fatorial sugerem a eliminação do item AU1, por apresentar uma carga fatorial inferior a 0,4. Voltou a repetir-se a AFE com os cinco itens restantes, sendo 2 itens referentes ao valor de estimulação, 2 ao valor de hedonismo e 1 ao valor de autodeterminação.

A nova AFE permitiu a extração de um fator que explica 40% da variância total e apresenta boas cargas fatoriais.

Tabela 16 - Matriz dos fatores - Abertura à Mudança

	Fator
	1
HE10 Um homem/mulher para quem é importante passar bons momentos. Gosta de tratar bem de si.	,553
ES6 Um homem/mulher que gosta de surpresas e está sempre à procura de coisas novas para fazer. Acha que é importante fazer muitas coisas diferentes na vida.	,535
HE21 Um homem/mulher que procura aproveitar todas as oportunidades para se divertir. É importante para ele/ela fazer coisas que lhe dão prazer.	,526
ES15 Um homem/mulher que procura a aventura e gosta de correr riscos. Quer ter uma vida emocionante.	,440
AU11 Um homem/mulher para quem é importante tomar as suas próprias decisões sobre o que faz. Gosta de ser livre e não estar dependente dos outros.	,434

Método de Extração: máxima Verossimilhança.

KMO = 0,645

Este modelo de medida final da dimensão Abertura à Mudança apresenta um coeficiente do *alfa de Cronbach* de 0,619.

Na tabela 17 encontram-se apresentados os valores de alfa de Cronbach das dimensões corrigidas. As novas análises de fiabilidade estão contidas no anexo C.

Tabela 17 - Alfa de Cronbach dos quatro fatores das dimensões de valores

Fator	Itens	α
Autotranscendência	UN3, UN8, UN19, BE12, BE18	0,642
Conservação	CO7, CO16, SE14	0,594
Autopromoção	PO17, RE4, RE13	0,630
Abertura à mudança	ES6, ES15, HE10, HE 21, AU11	0,619

4.2 Análise de Sensibilidade

O teste de Kolmogorov-Smirnov foi efetuado para aferir se os fatores em estudo assumiam uma distribuição normal, o que se poderia concluir caso $p\text{-value} > 0,05$ (Marôco, 2011). Na tabela podemos verificar que nenhum dos fatores se enquadra na descrição e, portanto, a distribuição não é normal.

Tabela 18 - Teste de Kolmogorov-Smirnov

		ATR	CNS	APR	AMU
N		386	386	386	386
Parâmetros normais ^{a,b}	Média	4,2984	3,8031	3,7245	4,0642
	Desvio Padrão	,46959	,66218	,67642	,50082
Diferenças Mais Extremas	Absoluto	,119	,140	,153	,097
	Positivo	,068	,083	,083	,080
	Negativo	-,119	-,140	-,153	-,097
Estatística do teste		,119	,140	,153	,097
Significância Sig. (bilateral)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

a. A distribuição do teste é Normal.

b. Calculado dos dados.

c. Correção de Significância de Lilliefors.

Segundo Pestana e Gageiro (2014), valores absolutos dos coeficientes de assimetria (quociente entre o valor de assimetria e do erro de assimetria padrão) e de achatamento (quociente entre o valor da curtose e do erro de curtose padrão) superiores a 2 confirmam que a distribuição não é normal.

Posto isto, recorreu-se à técnica de análise de curtose e de assimetria para estimar a sua sensibilidade.

Tabela 19 - Medidas de forma dos fatores

		ATR	CNS	APR	AMU
N	Válido	386	386	386	386
	Omisso	0	0	0	0
Assimetria		-,619	-,356	-,611	-,298
Erro de assimetria padrão		,124	,124	,124	,124
Coeficiente de assimetria		-4,991	-2,871	-4,927	-2,403
Curtose		,112	-,071	,590	-,015
Erro de Curtose padrão		,248	,248	,248	,248
Coeficiente de achatamento		,451	-,286	2,379	-,060

Em termos de assimetria, uma distribuição poderá ser simétrica, assimétrica à esquerda ou assimétrica à direita. Caso o valor do coeficiente seja inferior a zero descreve uma assimetria à esquerda, assume uma assimetria à direita caso o coeficiente seja superior a zero e se este for próximo de zero estaremos numa situação de simetria (Marôco, 2011).

A curtose de uma distribuição classifica o achatamento da mesma, sendo que valores de coeficiente de achatamento inferiores a zero descrevem uma distribuição achatada chamada de platicúrtica e valores superiores a zero estão associados a uma distribuição que assume uma forma pontiaguda, denominada leptocúrtica. No caso de valores próximos de zero, a distribuição assumirá uma forma intermédia classificada como mesocúrtica.

Consequentemente, pode-se concluir que todos os fatores apresentam uma distribuição assimétrica à esquerda. O achatamento do fator APR é classificado como leptocúrtico, enquanto que o dos fatores restantes (ATR, CNS e AMU) é mesocúrtico.

4.3 Análise Descritiva

Nesta secção está presente a estatística descritiva relativa aos fatores que caracterizam as dimensões dos valores humanos propostos e a cada um dos valores avaliados no questionário, assim como de alguns dos itens com níveis mais baixos e elevados. A totalidade da análise descritiva dos itens é apresentada no anexo D.

Tabela 20 - Estatística descritiva dos fatores das dimensões de valores

	N	Mínimo	Máximo	Média	Erro Desvio
ATR	386	2,80	5,00	4,2984	,46959
AMU	386	2,20	5,00	4,0642	,50082
CNS	386	1,67	5,00	3,8031	,66218
APR	386	1,33	5,00	3,7245	,67642
N válido (de lista)	386				

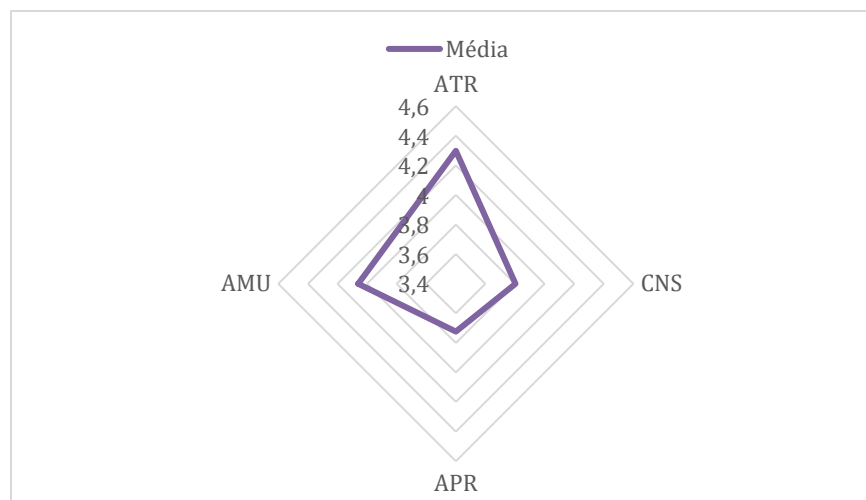


Figura 2 - Estrutura de Valores - Aluno Médio

A tabela encontra-se ordenada por ordem decrescente de médias, permitindo notar que o fator com a média mais elevada é o da dimensão de autotranscendência, encontrando-se os das dimensões de abertura à mudança, conservação e autopromoção separados quase igualmente por esta mesma ordem. De salientar que todos os fatores possuem um valor máximo igual ao permitido e que o valor mínimo do fator de autotranscendência se destaca dos restantes devido à sua grandeza. A figura permite compreender a distribuição das médias na estrutura bidimensional de Schwartz.

Tabela 21 - Estatística descritiva dos valores humanos

	N	Mínimo	Máximo	Média	Erro Desvio
BE	386	3,00	5,00	4,4819	,52316
UN	386	2,33	5,00	4,1762	,54632
HE	386	1,50	5,00	4,1606	,62739
AU	386	1,50	5,00	4,0013	,59161
ES	386	1,50	5,00	3,9326	,70480
SE	386	2,00	5,00	3,8472	,70707
RE	386	1,00	5,00	3,7047	,80151
TR	386	1,50	5,00	3,6852	,73592
CO	386	1,50	5,00	3,6101	,79212
PO	386	1,00	5,00	3,1619	,66865
N válido (de lista)	386				

A análise da estatística descritiva de cada um dos valores humanos avaliados mostra que tanto o valor de Benevolência, que obteve a média mais elevada, como o valor de Poder, que apresenta a média mais baixa, se encontram distanciados dos restantes, que apresentam variações de média menos dispares entre cada um.

De salientar também que o valor de Benevolência é também aquele que apresenta um valor mínimo substancialmente mais elevado que qualquer um dos restantes valores.

Tabela 22 - Estatística descritiva dos itens com a média mais baixa

	N	Mínimo	Máximo	Média	Erro Desvio
RE4 Um homem/mulher que dá muita importância a poder mostrar as suas capacidades. Quer que as pessoas admirem o que faz.	386	1	5	3,55	,993
SE5 Um homem/mulher que dá muita importância a viver num sítio onde se sinta seguro/a. Evita tudo o que possa pôr a sua segurança em risco.	386	1	5	3,51	1,028
CO16 Um homem/mulher para quem é importante portar-se sempre como deve ser. Evita fazer coisas que os outros digam que é errado.	386	1	5	3,49	,949
TR20 Um homem/mulher que dá importância à tradição. Faz tudo o que pode para agir de acordo com a sua religião e a sua família.	386	1	5	3,33	1,091
PO2 Um homem/mulher para quem é importante ser rico/a. Quer ter muito dinheiro e coisas caras.	386	1	5	2,56	,958
N válido (de lista)	386				

Supracitados estão os 5 itens que apresentam uma média mais baixa. De notar que o item PO2, do valor de poder e referente à relevância das riquezas pessoais e materiais, exhibe uma média significativamente mais baixa do que todos os restantes. Os demais itens são relativos aos valores de tradição, conformidade, segurança e realização, por ordem crescente de médias.

Tabela 23 - Estatística descritiva dos itens com a média mais elevada

	N	Mínimo	Máximo	Média	Erro Desvio
BE18 Um homem/mulher para quem é importante ser leal com os amigos. Dedicar-se às pessoas que lhe são próximas.	386	2	5	4,55	,614
BE12 Um homem/mulher para quem é importante ajudar os que o/a rodeiam. Preocupa-se com o bem-estar dos outros.	386	2	5	4,41	,635
HE10 Um homem/mulher para quem é importante passar bons momentos. Gosta de tratar bem de si.	386	2	5	4,28	,706
UN8 Um homem/mulher para quem é importante ouvir pessoas diferentes de si. Mesmo quando discorda de alguém continua a querer compreender essa pessoa.	386	2	5	4,19	,713
SE14 Um homem/mulher para quem é importante que o Governo garanta a sua segurança, contra todas as ameaças. Quer que o estado seja forte, de modo a poder defender os cidadãos.	386	1	5	4,19	,798
N válido (de lista)	386				

Na tabela encontram-se os 5 itens com as médias mais elevadas, sendo que os dois primeiros itens se relacionam com o valor de benevolência e em particular com a

preocupação pelo bem-estar das pessoas, especialmente as que são próximas. O terceiro item remete para o valor de hedonismo, o quarto para o valor universalismo, pertencente à dimensão de autotranscendência (tal como os dois primeiros), e o quinto ao valor de segurança, que pertence à dimensão de conservação (a que apresenta uma média mais baixa).

4.4 Correlação entre Variáveis

Foi estudada a correlação dos fatores, por forma a medir a intensidade da relação entre as diferentes dimensões de valores humanos dentro da amostra estudada.

Tabela 24 - Correlações entre as dimensões

	ATR	CNS	APR	AMU
ATR	1			
CNS	,326**	1		
APR	,152**	,163**	1	
AMU	,331**	,032	,323**	1

N=386

** . A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

Observam-se 5 correlações significativas no nível $p < 0,01$, das quais 3 verificam uma correlação mais elevada de $r > 0,3$. Os pares de fatores que demonstram esta correlação mais forte estão associados a dimensões adjacentes segundo a construção circular de Schwartz.

Ademais, o par de fatores AMU e CNS, que possuem a correlação mais baixa com $r = 0,032$ representam dimensões que se opõem no mesmo eixo, tal como o par ATR e APR, associados ao segundo valor de correlação mais baixo com $r = 0,152$.

4.5 Testes de Diferenças de Médias

Para os testes de diferenças de médias, recorreu-se a uma análise de t-Student e a análises ANOVA, seguidas do teste post-hoc HSD de Tukey. As diferenças entre grupos foram classificadas como significativas quando $p \leq 0,05$ (Marôco, 2011).

Foram realizados testes por forma a investigar a existência de diferenças de médias significativas entre géneros, ano escolar e instituição militar frequentada.

4.5.1 Análise t-Student

Para comparação dos valores médios dos fatores em relação ao género dos indivíduos inquiridos foi realizado um teste de t-Student.

Tabela 25 - Teste t-Student para o género

	Género	N	Média	Erro Desvio	Sig. (2 extremidades)
ATR	Masculino	314	4,2554	,48186	0,000
	Feminino	72	4,4861	,35813	
CNS	Masculino	314	3,7813	,67272	0,177
	Feminino	72	3,8981	,60937	
APR	Masculino	314	3,7367	,68870	0,460
	Feminino	72	3,6713	,62171	
AMU	Masculino	314	4,0535	,51749	0,379
	Feminino	72	4,1111	,42045	

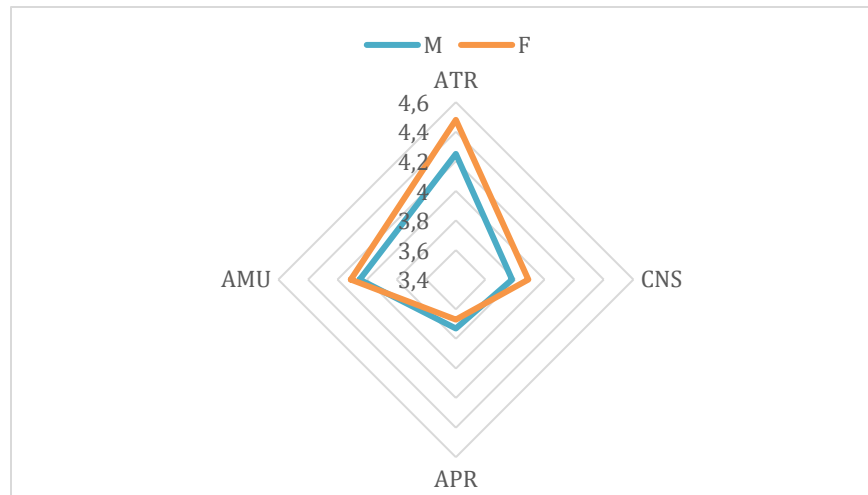


Figura 3 - Estrutura de valores - Géneros

Obteve-se uma variação significativa nos valores da dimensão ATR entre sujeitos masculinos ($M=4,255$; $DP=0,481$) e femininos ($M = 4,486$; $DP = 0,358$), $t(384) = -3,83$, $p = 0,000$. Estes dados sugerem que os elementos do género feminino demonstram uma presença mais forte dos valores pertencentes à dimensão de autotranscendência.

4.5.2 Análise ANOVA

Quanto às comparações relativas ao ano escolar e instituição frequentados, recorreu-se a um teste One-Way ANOVA para averiguar diferenças significativas nas dimensões de valores presentes.

Tabela 26 - Diferenças de resultados para a dimensão autopromoção

Ano	N	Média	DP	Sig.
APR	1º ano	128	3,6354	0,68279
	2º ano	59	3,6045	0,69886
	3º ano	52	3,8333	0,53014
	4º ano	91	3,9341	0,60086
	5º ano	56	3,6131	0,79335
				0,003

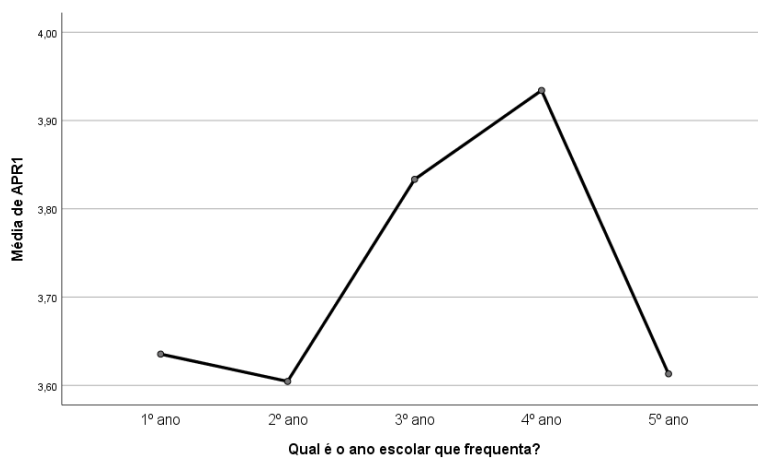


Figura 4 - Médias de autopromoção - Anos



Figura 5 – Estruturação de valores - Anos

Esta análise revelou uma diferença significativa na dimensão de valores de Autopromoção ao nível $p < 0,05$ para o ano frequentado [$F(4,381) = 4,043, p = 0,003$]. O teste de comparação post-hoc de Tukey indica que a média da dimensão APR do quarto ano escolar ($M = 3,934; DP = 0,682$) foi significativamente superior às do primeiro ($M = 3,635; 0,682$), segundo ($M = 3,604; 0,698$) e quinto ($M = 3,613; 0,793$). Os valores referentes ao terceiro ano escolar não apresentaram diferença significativa, porque, como se pode comprovar pelos gráficos, revelam um valor intermédio.

Tabela 27 - Análise ANOVA por escolas

		Soma dos Quadrados	df	Quadrado Médio	Z	Sig.
ATR	Entre Grupos	,498	2	,249	1,130	,324
	Nos grupos	84,401	383	,220		
	Total	84,899	385			
CNS	Entre Grupos	,385	2	,193	,438	,645
	Nos grupos	168,429	383	,440		
	Total	168,814	385			
APR	Entre Grupos	1,455	2	,728	1,595	,204
	Nos grupos	174,697	383	,456		
	Total	176,152	385			
AMU	Entre Grupos	,141	2	,071	,281	,755
	Nos grupos	96,425	383	,252		
	Total	96,567	385			

Os resultados do teste de ANOVA entre as três escolas militares permitem concluir que não existe uma diferença expressiva entre as médias relativas a cada uma. Ainda assim, a observação das médias e da estruturação da figura 6 permite notar as pequenas variações nos níveis revelados, principalmente no que diz respeito à dimensão de Autopromoção, por parte dos alunos da AM.

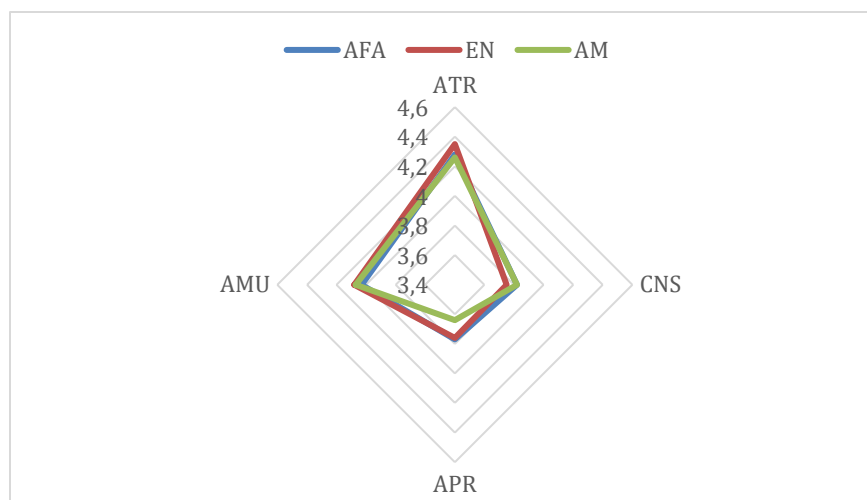


Figura 6 - Estruturação dos valores - Escolas

5 Discussão de Resultados

No presente capítulo serão argumentados os resultados obtidos e estudadas as hipóteses apresentadas na revisão de literatura.

A seguinte tabela contém, de forma sucinta e imediata, o resumo do teste de hipóteses realizado, indicando se os cenários propostos no início deste estudo foram confirmados ou rejeitados. Posteriormente, são descritos todos os testes de hipóteses realizados.

Tabela 28 - Resumo dos Testes de Hipótese

Hipótese 1	Confirmada
Hipótese 2	Parcialmente confirmada
Hipótese 3	Refutada
Hipótese 4a	Refutada
Hipótese 4b	Confirmada

A **confirmação da H1** – *Existe uma proximidade entre os Valores Humanos dos alunos pertencentes às Escolas Militares de Ensino Superior*. Esta hipótese associa-se a uma diferença significativa entre as médias de cada dimensão de valores humanos apresentadas entre os alunos das três escolas. Tendo em conta os resultados obtidos na secção da análise de diferenças de médias, o teste ANOVA não encontrou uma diferença significativa quando aplicado à instituição frequentada, confirmado a uniformidade dos valores humanos demonstrados por todos os alunos.

A **confirmação parcial da H2** – *Existe uma proximidade entre os Valores Humanos dos alunos do género masculino e feminino*. A hipótese foi apenas

parcialmente confirmada pois, embora os valores demonstrados pelos dois géneros tenham sido semelhantes quanto às dimensões de conservação, autopromoção e abertura à mudança, a análise de t-Student revelou uma diferença significativa nas médias associadas à dimensão de autotranscendência. O valor médio desta dimensão relativo ao género feminino foi aproximadamente 5% superior àquele relativo ao género masculino.

A refutação da H3 – *Os valores dos alunos vão, ao longo dos anos, tornando-se mais uniformes.* A falta de evidência deste facto, leva à rejeição da hipótese. A análise dos valores demonstrados ao longo dos anos indica que não existe um padrão crescente ou decrescente das variâncias associadas a cada ano de escolaridade. Assim, não se comprova uma tendência de maior uniformidade à medida que a antiguidade dos mesmo aumenta.

Esta observação poderá dever-se à maior diferenciação de atividades dos alunos mais antigos. Estes, embora pertençam às instituições há mais tempo, o que os pode subentender a uma maior partilha de experiências com os seus camaradas, são também expostos a realidades diferentes dentro dos mesmos anos, havendo cada vez mais uma diferenciação entre especialidades/armas, funções desempenhadas e mesmo de regimes de internato e semi-internato.

A refutação da H4a – *No eixo de Abertura à Mudança/Conservação, os valores da dimensão de Conservação são os mais presentes nos alunos militares.* Considerando os resultados obtidos aquando da análise das estatísticas descritivas, comprova-se o oposto daquilo que foi teorizado. A média dos valores da dimensão abertura à mudança obtida é consideravelmente superior à dos valores de conservação e, além disso, o valor mínimo é superior em mais de 10%.

Este resultado não seria esperado tendo em conta os valores representativos da dimensão de conservação, que incluem a descrição de pessoas obedientes e que valorizam a proteção do seu país contra ameaças exteriores (S. Schwartz, 1996; S. H. Schwartz, 1992), realidades que se associam à vivência militar dos inquiridos.

A análise de médias de cada um dos valores indica que todos os itens pertencentes à conservação possuem uma média inferior aos dois associados à abertura

à mudança, indicando que características de gratificação pessoal, procura pela aventura e independência estão mais associadas à amostra estudada.

A confirmação de H4b – *No eixo de Autopromoção/Autotranscendência, os valores da dimensão de Autotranscendência são os mais presentes nos alunos militares.* Esta hipótese confirmou-se pelos resultados obtidos, sendo que os valores benevolência e universalismo, que constituem a dimensão de autotranscendência foram aqueles que revelaram uma maior média e o valor poder, que pertence à dimensão de autopromoção, foi o menos demonstrado pela amostra. Este resultado vai ao encontro do teorizado com base na literatura (S. Schwartz, 1996), comprovando a importância de princípios como a procura pela justiça, a lealdade e a honestidade para os alunos militares.

6 Conclusões

Neste último capítulo serão apresentadas as conclusões alcançadas com este estudo, verificar-se-á se os objetivos propostos inicialmente foram alcançados com sucesso e serão analisadas quais as contribuições da investigação.

Por último, serão expostas as limitações do estudo e feitas propostas para investigações futuras.

6.1 Conclusões Principais

No que diz respeito à pergunta de partida: “De que modo se diferenciam os valores humanos entre os alunos das Escolas Militares de Ensino Superior?”, concluiu-se que, de forma geral, os alunos das três instituições militares de ensino superior revelam níveis de valores humanos semelhantes entre si, já que, quando comparando as instituições como um todo, não foram encontradas diferenças significativas.

Este resultado dá assim resposta àquele que foi definido como o segundo objetivo principal – *Identificar quais as diferenças dos níveis de Valores Humanos determinados, entre cada uma das EMES.* – e vai ao encontro do que foi teorizado com base na bibliografia. As três instituições atuam sobre uma demográfica semelhante aquando do recrutamento de novos militares e a vivência e ensino dentro das mesmas é idêntica, levando a que alunos com valores já semelhantes aquando do ingresso, sejam ensinados os mesmos princípios e métodos. Esta realidade é vantajosa para as instituições, permitindo uma maior proximidade e interoperabilidade entre os militares dos diferentes ramos.

No que concerne, em concreto, ao primeiro objetivo principal, *Identificar os Valores Humanos demonstrados pelos alunos militares*, foi comprovado o predomínio dos valores da dimensão de Autotranscendência entre os alunos, em particular, do valor Benevolência. Esta conclusão vem demonstrar a importância dada pelos alunos àqueles que lhes são próximos, neste caso, e em particular, os seus camaradas, num meio em

que o princípio da camaradagem é fortemente cultivado e define as relações entre militares.

Ainda dentro deste objetivo determinou-se uma maior presença de valores da dimensão de Abertura à Mudança do que de Conservação. Este resultado não era esperado dentro deste meio, em que o rigor e a obediência definem o dia-a-dia dos militares e vem salientar a predisposição destes jovens para desafios de vida, exploração e espírito de aventura.

Quanto ao primeiro objetivo específico, *Determinar se existe uma variação dos valores ao longo dos anos*, demonstrou-se que existia um nível significativamente mais elevado dos valores da dimensão autopromoção nos alunos de 4º ano em relação aos restantes à exceção do terceiro ano, no qual já se revela um crescimento. Uma explicação deste facto poderá ser o envolvimento dos alunos destes anos em atividades de integração dos alunos mais modernos, atividades estas, às quais os valores desta dimensão se adequam. Os valores de poder e realização que a constituem associam-se a ideias de ser respeitado e reconhecido pelo próximo, conceitos que correspondem ao relacionamento dos alunos instrutores com os novos alunos.

Este objetivo relaciona-se também com o seguinte, *Averiguar se algum momento de formação pode ser considerado como mais influente para a criação de valores*. Na impossibilidade de determinar o impacto do primeiro ano de escolaridade nos alunos, por falta de termo de comparação anterior, constata-se que o 3º e 4º anos são os momentos mais determinantes para a criação de valores nos alunos, com o aumento dos níveis de valores de Autopromoção. Pode inferir-se que as funções desempenhadas nesses anos impactam os fatores motivacionais dos alunos e o modo como se vêm perante os outros, prezando mais o sucesso e a superioridade.

6.2 Contribuições do Estudo

Em seguida serão descritas as contribuições desta investigação para a literatura e para a gestão.

6.2.1 Contribuições para o quadro teórico

Os resultados obtidos comprovam a adequação do método para medição de valores humanos dentro das instituições de ensino militar, demonstrando-o como um bom preditor dos valores dos alunos. A investigação permitiu a identificação de um perfil de valores humanos dos alunos militares, podendo constituir-se como um ponto de partida para investigações futuras.

6.2.2 Contribuições para a Gestão

No universo das Forças Armadas, esta investigação permite uma melhor compreensão dos novos militares em formação, possibilitando aos ramos uma maior sensibilidade quanto ao grupo de militares que gerem. O contraste geracional entre chefias e alunos dita que os valores atualmente demonstrados pelos discentes sejam distintos dos seus superiores, e que se encontrem em constante mutação. O conhecimento desta população ganho com a presente investigação capacita os órgãos de decisão de informação vital para uma melhor adequação das medidas que visem afetar a população estudada.

O conhecimento obtido acerca dos alunos militares permite também uma adaptação das ações de recrutamento, para que se ajustem aos valores identificados como mais marcantes para os indivíduos que integram as EMES.

6.3 Limitações da Investigação

A realização desta investigação foi afetada por algumas limitações, nomeadamente a falta de uniformidade da amostra, que representava a quase totalidade dos alunos da Academia da Força Aérea, no entanto, as respostas obtidas por parte das restantes instituições foram mais dispare, havendo uma discrepância entre a percentagem de respondentes dos diferentes anos.

De destacar, o impacto da conjectura vivida aquando da elaboração deste estudo, que tendo levado ao encerramento das instituições de ensino e a um estado de

emergência nacional, impossibilitou a realização da investigação inicialmente pretendida que incluiria um estudo comparativo entre as EMES e instituições civis de ensino superior que ministram a formação de cursos equivalentes às suas contrapartes militares.

6.4 Propostas para Investigações Futuras

Os resultados deste estudo são referentes às escolas de formação de militares dos quadros permanentes das Forças Armadas, que representam apenas uma pequena porção dos militares do país. A aplicação de uma investigação semelhante aos restantes centros de formação, nomeadamente de sargentos e praças, permitirá a criação de um modelo adequado ao perfil dos militares em formação e a comparação das diferenças e semelhanças entre as diferentes populações.

Outra vertente desta investigação a considerar, seria o aprofundamento do mesmo estudo, recorrendo à modulação por equações estruturais para a criação de um modelo referente ao universo analisado e testando a sua aplicabilidade.

Esta investigação poderá também ser tomada como ponto de partida para que possa ser realizada aquela que era pretendida inicialmente. Os resultados obtidos podem vir a ser usados como referência para um futuro estudo comparativo entre alunos do ensino superior militar e civil, ou também para abordagens mais amplas e complexas, que possam averiguar os valores humanos de jovens, antes e depois do ingresso nestas organizações.

7 Referências Bibliográficas

- Adler, A. (1956). The value concept in sociology. *American Journal of Sociology*.
- Almeida, F. (2010). *Ética, Valores Humanos e Responsabilidade Social das Empresas*. Príncipia Editora.
- Barreiros dos Santos, L. A. (2013). Formação em Contexto Militar. *Revista Militar*, 2533/2534, 143–166. https://www.revistamilitar.pt/artigo.php?art_id=804
- Bilhim, J. A. de F. (2004). *Gestão Estratégica de Recursos Humanos*.
- Birou, A. (1976). *Dicionário das ciências sociais*. Publicações Dom Quixote.
- Broughton, R., Boyes, M. C., & Mitchell, J. (1993). DIStance- from-the-PROTOTYPE (DISPRO) personality assessment for children. *Journal of Personality Assessment*, 60, 32–47.
- Campbell, D. T. (1963). Social attitudes and other acquired behavioral dispositions. *Psychology: A Study of a Science*, 6, 94–172.
- Corey, G., Corey, M. S., & Callahan, P. (2003). *Issues and ethics in the helping professions* (Brooks/Cole (Ed.); 6th ed.).
- Coutinho, C. P. (2014). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas*. Edições Almedina, S.A.
- Creswell, J. W. (2012). *Research design: Qualitative, Quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications.
- Decreto-Lei n.º 90/2015, de 29 de maio: Aprova o Estatuto dos Militares das Forças Armadas*. (n.d.).
- Fernandes, A. (2007). *Tipologia da Aprendizagem Organizacional: Teorias e Estudos*. Livros Horizonte.
- Granjo, M., & Peixoto, F. (2013). Contributo para o estudo da Escala de Valores Humanos de Schwartz em professores. *Laboratório de Psicologia*, 11(1), 3–17. <https://doi.org/10.14417/lp.699>

- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. Wiley.
- Hunt, S. D., SPARKMAN, R. D. J., & WILCOX, J. B. (1982). The pretest in survey research: Issues and preliminary findings. *Journal of Marketing Research*, 269–273.
- Kluckhohn, C. K. M. (1951). Values and value orientation in the theory of action. *Toward a General Theory of Action*, 388–433.
- Lewin, K. (1952). Constructs in field theory. *Field Theory in Social Science: Selected Theoretical Papers*, 30–42.
- Marôco, J. (2011). *Análise Estatística com o SPSS Statistics*.
- Morris, C. (1956). *Varieties of human value*. University of Chicago Press.
- Nascimento, J. (2010). *Influência do comprometimento organizacional nas estratégias comportamentais, mediada pelo comprometimento com os objectivos e pela satisfação global com o trabalho*. ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa.
- Parry, E., & Urwin, P. (2011). Generational Differences in Work Values: A Review of Theory and Evidence. *International Journal of Management Reviews*, 13(1), 79–96. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2010.00285.x>
- Pestana, M. H., & Gageiro, J. N. (2014). *Análise de dados para ciências sociais: a complementaridade do SPSS*. Edições Silabo, Lda.
- Robinson, J., Shaver, P., & Wrigshtman, L. (1991). *Measures of Personality and Social Psychological Attitudes*. Academic Press.
- Rohan, M. J. (2000). A rose by any name? The values construct. *Personality and Social Psychology Review*, 4(3), 255–277. https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0403_4
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. Free Press.
- Rokeach, Milton. (1979). *Understanding Human Values*. https://books.google.pt/books?hl=en&lr=&id=e_b2tCgC4MQC&oi=fnd&pg=PR9&dq=values&ots=HEkn9XNAGh&sig=vNKXV6eAMzYLfeFNgRpAt9ZT9Dg&redir_esc=y#v=onepage&q=values&f=false

- Schwartz, S. (1994). *Are There Universal Aspects in the Structure and Contents of Human Values?*
- Schwartz, S. (1996). Value priorities and behavior: Applying a theory of integrated value systems. In I. Lawrence Erlbaum Associates (Ed.), *The Ontario symposium: The psychology of values* (pp. 1–24).
- Schwartz, S. (1999). A theory of cultural values and some implications for work. *Applied Psychology: An International Review*, 48, 23–47.
- Schwartz, S. (2012). An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2, 1–20.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In M. Zanna. (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (pp. 1-65). Academic Press.
- Schwartz, S. H. (2005). Basic human values: Their content and structure across countries. In A. Tamayo & J. B. Porto (Eds.), *Valores e comportamento nas organizações [Values and behavior in organizations]* (pp. 21–55). Vozes.
- Schwartz, S. H. (2006). Les valeurs de base de la personne: Théorie, mesures et applications [Basic human values: Theory, measurement, and applications]. *Revue Française de Sociologie*, 47, 249–288.
- Schwartz, S. H., & Bilsky, W. (1987). Toward a psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 550–562.
- Schwartz, S. H., & Bilsky, W. (1990). Toward a theory of the universal content and structure of values: Extension and cross-cultural replications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 878–891.
- Schwartz, S. H., Cieciuch, J., Vecchione, M., Davidov, E., Fischer, R., & Konty, M. (2012). Refining the theory of basic individual values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103, 663–688.
- Schwartz, S. H., Melech, G., Lehmann, A., Burgess, S., & Harris, M. (2001). Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different

- method of measurement. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32, 519–542.
- Schwartz, S.H. (2003). A proposal for measuring value orientations across nations. In *Questionnaire Development Package of the European Social Survey* (pp. 259–319).
- Schwartz, Shalom H. (2011). Studying values: Personal adventure, future directions. *Journal of Cross- Cultural Psychology*, 42, 307–319.
- Silveira, J. A. de S. (2015). *A Carreira Militar. Da Especificidade Funcional À Conceção Normativa E Gestionária*. https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/17424/1/TII - José Silveira _ final_corrigido_final.pdf
- Spranger, E. (1928). *Types of men: The psychology and ethics of personality*. Max Niemeyer Verlag.
- Van Der Wal, Z., De Graaf, G., & Lasthuizen, K. (2008). *What's valued most? Similarities and differences between the organizational values of the public and private sector*. 465–482.

Anexo A

15/05/2020

Desenvolvimento de Valores Humanos no Ensino Superior - Estudo Comparativo entre Alunos Militares e Civis

Desenvolvimento de Valores Humanos no Ensino Superior - Estudo Comparativo entre Alunos Militares e Civis

O presente questionário pertence a um estudo que está a ser realizado no âmbito do Curso de Mestrado em Aeronáutica Militar da Academia da Força Aérea, subordinado ao tema "Desenvolvimento de Valores Humanos no Ensino Superior - Estudo Comparativo entre Alunos Militares e Civis", sob orientação do Professor Doutor José Luís Nascimento.

O objetivo deste estudo será avaliar os valores humanos dos alunos ao longo do Ensino Superior, relacionando os resultados obtidos entre os alunos militares e os seus pares civis.

Este questionário é anónimo e confidencial. Os dados dele obtidos serão unicamente utilizados para análise estatística e apenas o aluno investigador e o seu orientador terão acesso aos resultados.

A presente investigação segue o código de ética da American Psychological Association.

O preenchimento do questionário demorará aproximadamente 5 minutos.

Os resultados da investigação dependem do rigor da sua resposta e da sinceridade com que responde.

Agradece-se, desde já, a sua cooperação.

O aluno investigador,
João Pires
AspAl/PilAv

Contactos:
jppires@academiafa.edu.pt
912644118

* Required

Caracterização Sociodemográfica

1. Qual é a sua idade? *

2. Género: *

Mark only one oval.

Masculino

Feminino

3. Que instituição militar frequenta? *

Mark only one oval.

EN

AM

AFA

4. Qual é a sua especialidade/arma? *

Mark only one oval.

- Administração Aeronáutica
- Administração da Guarda Nacional Republicana
- Administração Militar
- Administração Naval
- Ciências Farmacêuticas
- Ciências Militares, na especialidade de Artilharia
- Ciências Militares, na especialidade de Cavalaria
- Ciências Militares, na especialidade de Infantaria
- Ciências Militares, na especialidade de Segurança
- Engenharia Aeronáutica
- Engenharia de Aeródromos
- Engenharia Eletrotécnica
- Engenharia Eletrotécnica Militar, na especialidade de Material
- Engenharia Eletrotécnica Militar, na especialidade de Transmissões
- Engenharia Mecânica Militar
- Engenharia Militar
- Engenharia Naval - Ramo Armas e Eletrónica
- Engenharia Naval - Ramo Mecânica
- Fuzileiros
- Marinha
- Medicina
- Medicina Dentária
- Medicina Veterinária
- Piloto Aviador

5. Qual é o ano escolar que frequenta? *

Se é aluno militar a frequentar uma universidade civil, selecione o ano de acordo com a sua instituição militar.

Mark only one oval.

1º ano

2º ano

3º ano

4º ano

5º ano

Skip to question 6

Valores
Humanos

Nesta secção, a sua tarefa será determinar o quanto se identifica com um(a) homem/mulher que possa ser descrito(a) pelas afirmações apresentadas, utilizando a seguinte escala de avaliação:

1. Não se parece em nada comigo
2. É pouco parecido comigo
3. É mais ou menos parecido comigo
4. É muito parecido comigo
5. É exatamente como eu

6. 1. Um homem/mulher que dá importância a ter novas ideias e ser criativo/a. Gosta de fazer as coisas à sua maneira. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

Não se parece em nada comigo É exatamente como eu

7. 2. Um homem/mulher para quem é importante ser rico/a. Quer ter muito dinheiro e coisas caras. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

Não se parece em nada comigo É exatamente como eu

8. 3. Um homem/mulher que acha importante que todas as pessoas no mundo sejam tratadas igualmente. Acredita que todos devem ter as mesmas oportunidades na vida. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Não se parece em nada comigo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	É exatamente como eu

9. 4. Um homem/mulher que dá muita importância a poder mostrar as suas capacidades. Quer que as pessoas admirem o que faz. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Não se parece em nada comigo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	É exatamente como eu

10. 5. Um homem/mulher que dá muita importância a viver num sítio onde se sinta seguro/a. Evita tudo o que possa pôr a sua segurança em risco. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Não se parece em nada comigo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	É exatamente como eu

11. 6. Um homem/mulher que gosta de surpresas e está sempre à procura de coisas novas para fazer. Acha que é importante fazer muitas coisas diferentes na vida. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Não se parece em nada comigo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	É exatamente como eu

12. 7. Um homem/mulher que acha que as pessoas devem fazer o que lhes mandam. Acha que as pessoas devem cumprir sempre as regras mesmo quando ninguém está a ver. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Não se parece em nada comigo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	É exatamente como eu

13. 8. Um homem/mulher para quem é importante ouvir pessoas diferentes de si. Mesmo quando discorda de alguém continua a querer compreender essa pessoa. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Não se parece em nada comigo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	É exatamente como eu

14. 9. Um homem/mulher para quem é importante ser humilde e modesto/a. Tenta não chamar as atenções sobre si. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Não se parece em nada comigo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	É exatamente como eu

15. 10. Um homem/mulher para quem é importante passar bons momentos. Gosta de tratar bem de si. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Não se parece em nada comigo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	É exatamente como eu

16. 11. Um homem/mulher para quem é importante tomar as suas próprias decisões sobre o que faz. Gosta de ser livre e não estar dependente dos outros. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Não se parece em nada comigo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	É exatamente como eu

17. 12. Um homem/mulher para quem é importante ajudar os que o/a rodeiam. Preocupa-se com o bem-estar dos outros. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Não se parece em nada comigo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	É exatamente como eu

18. 13. Um homem/mulher para quem é importante ter sucesso. Gosta de receber o reconhecimento dos outros. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Não se parece em nada comigo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	É exatamente como eu

19. 14. Um homem/mulher para quem é importante que o Governo garanta a sua segurança, contra todas as ameaças. Quer que o estado seja forte, de modo a poder defender os cidadãos. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Não se parece em nada comigo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	É exatamente como eu

20. 15. Um homem/mulher que procura a aventura e gosta de correr riscos. Quer ter uma vida emocionante. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Não se parece em nada comigo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	É exatamente como eu

21. 16. Um homem/mulher para quem é importante portar-se sempre como deve ser. Evita fazer coisas que os outros digam que é errado. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Não se parece em nada comigo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	É exatamente como eu

22. 17. Um homem/mulher para quem é importante que os outros lhe tenham respeito. Quer que as pessoas façam o que ele/ela diz. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Não se parece em nada comigo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	É exatamente como eu

23. 18. Um homem/mulher para quem é importante ser leal com os amigos. Dedicar-se às pessoas que lhe são próximas. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Não se parece em nada comigo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	É exatamente como eu

24. 19. Um homem/mulher que acredita seriamente que as pessoas devem proteger a natureza. Proteger o ambiente é importante para ele/ela. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Não se parece em nada comigo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	É exatamente como eu

25. 20. Um homem/mulher que dá importância à tradição. Faz tudo o que pode para agir de acordo com a sua religião e a sua família. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Não se parece em nada comigo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	É exatamente como eu

26. 21. Um homem/mulher que procura aproveitar todas as oportunidades para se divertir. É importante para ele/ela fazer coisas que lhe dão prazer. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Não se parece em nada comigo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	É exatamente como eu

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Anexo B

Autotranscendência	
UN3	Um homem/mulher que acha importante que todas as pessoas no mundo sejam tratadas igualmente. Acredita que todos devem ter as mesmas oportunidades na vida.
UN8	Um homem/mulher para quem é importante ouvir pessoas diferentes de si. Mesmo quando discorda de alguém continua a querer compreender essa pessoa.
UN19	Um homem/mulher que acredita seriamente que as pessoas devem proteger a natureza. Proteger o ambiente é importante para ele/ela.
BE12	Um homem/mulher para quem é importante ajudar os que o/a rodeiam. Preocupa-se com o bem-estar dos outros.
BE18	Um homem/mulher para quem é importante ser leal com os amigos. Dedicar-se às pessoas que lhe são próximas.
Conservação	
CO7	Um homem/mulher que acha que as pessoas devem fazer o que lhes mandam. Acha que as pessoas devem cumprir sempre as regras mesmo quando ninguém está a ver.
CO16	Um homem/mulher para quem é importante portar-se sempre como deve ser. Evita fazer coisas que os outros digam que é errado.
TR9	Um homem/mulher para quem é importante ser humilde e modesto/a. Tenta não chamar as atenções sobre si.
TR20	Um homem/mulher que dá importância à tradição. Faz tudo o que pode para agir de acordo com a sua religião e a sua família.
SE5	Um homem/mulher que dá muita importância a viver num sítio onde se sinta seguro/a. Evita tudo o que possa pôr a sua segurança em risco.
SE14	Um homem/mulher para quem é importante que o Governo garanta a sua segurança, contra todas as ameaças. Quer que o estado seja forte, de modo a poder defender os cidadãos.
Autopromoção	
PO2	Um homem/mulher para quem é importante ser rico/a. Quer ter muito dinheiro e coisas caras.
PO17	Um homem/mulher para quem é importante que os outros lhe tenham respeito. Quer que as pessoas façam o que ele/ela diz.
RE4	Um homem/mulher que dá muita importância a poder mostrar as suas capacidades. Quer que as pessoas admirem o que faz.
RE13	Um homem/mulher para quem é importante ter sucesso. Gosta de receber o reconhecimento dos outros.
Abertura à Mudança	
HE10	Um homem/mulher para quem é importante passar bons momentos. Gosta de tratar bem de si.
HE21	Um homem/mulher que procura aproveitar todas as oportunidades para se divertir. É importante para ele/ela fazer coisas que lhe dão prazer.
ES6	Um homem/mulher que gosta de surpresas e está sempre à procura de coisas novas para fazer. Acha que é importante fazer muitas coisas diferentes na vida.
ES15	Um homem/mulher que procura a aventura e gosta de correr riscos. Quer ter uma vida emocionante.
AU1	Um homem/mulher que dá importância a ter novas ideias e ser criativo/a. Gosta de fazer as coisas à sua maneira.
AU11	Um homem/mulher para quem é importante tomar as suas próprias decisões sobre o que faz. Gosta de ser livre e não estar dependente dos outros.

Anexo C

Tabela 29 - Análise de fiabilidade - Conservação

	Média de escala se o item for excluído	Variância de escala se o item for excluído	Correlação de item total corrigida	Alfa de Cronbach se o item for excluído
CO7 Um homem/mulher que acha que as pessoas devem fazer o que lhes mandam. Acha que as pessoas devem cumprir sempre as regras mesmo quando ninguém está a ver.	7,68	1,917	,464	,397
CO16 Um homem/mulher para quem é importante portar-se sempre como deve ser. Evita fazer coisas que os outros digam que é errado.	7,92	1,903	,437	,441
SE14 Um homem/mulher para quem é importante que o Governo garanta a sua segurança, contra todas as ameaças. Quer que o estado seja forte, de modo a poder defender os cidadãos.	7,22	2,510	,316	,608

Tabela 30 - Análise de fiabilidade - Autopromoção

	Média de escala se o item for excluído	Variância de escala se o item for excluído	Correlação de item total corrigida	Alfa de Cronbach se o item for excluído
PO17 Um homem/mulher para quem é importante que os outros lhe tenham respeito. Quer que as pessoas façam o que ele/ela diz.	7,41	2,570	,322	,678
RE4 Um homem/mulher que dá muita importância a poder mostrar as suas capacidades. Quer que as pessoas admirem o que faz.	7,62	1,897	,451	,522
RE13 Um homem/mulher para quem é importante ter sucesso. Gosta de receber o reconhecimento dos outros.	7,31	2,039	,566	,357

Tabela 31 - Análise de fiabilidade - Autopromoção

	Média de escala se o item for excluído	Variância de escala se o item for excluído	Correlação de item total corrigida	Alfa de Cronbach se o item for excluído
HE10 Um homem/mulher para quem é importante passar bons momentos. Gosta de tratar bem de si.	16,04	4,570	,399	,555
HE21 Um homem/mulher que procura aproveitar todas as oportunidades para se divertir. É importante para ele/ela fazer coisas que lhe dão prazer.	16,28	4,285	,386	,558
ES6 Um homem/mulher que gosta de surpresas e está sempre à procura de coisas novas para fazer. Acha que é importante fazer muitas coisas diferentes na vida.	16,37	4,151	,414	,543
ES15 Um homem/mulher que procura a aventura e gosta de correr riscos. Quer ter uma vida emocionante.	16,40	4,309	,350	,579
AU11 Um homem/mulher para quem é importante tomar as suas próprias decisões sobre o que faz. Gosta de ser livre e não estar dependente dos outros.	16,19	4,661	,323	,589

Anexo D

Tabela 32 - Análise descritiva dos itens

	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
UN3 Um homem/mulher que acha importante que todas as pessoas no mundo sejam tratadas igualmente. Acredita que todos devem ter as mesmas oportunidades na vida.	386	1	5	4,17	,873
UN8 Um homem/mulher para quem é importante ouvir pessoas diferentes de si. Mesmo quando discorda de alguém continua a querer compreender essa pessoa.	386	2	5	4,19	,713
UN19 Um homem/mulher que acredita seriamente que as pessoas devem proteger a natureza. Proteger o ambiente é importante para ele/ela.	386	1	5	4,17	,794
BE12 Um homem/mulher para quem é importante ajudar os que o/a rodeiam. Preocupa-se com o bem-estar dos outros.	386	2	5	4,41	,635
BE18 Um homem/mulher para quem é importante ser leal com os amigos. Dedicar-se às pessoas que lhe são próximas.	386	2	5	4,55	,614
CO7 Um homem/mulher que acha que as pessoas devem fazer o que lhes mandam. Acha que as pessoas devem cumprir sempre as regras mesmo quando ninguém está a ver.	386	1	5	3,73	,920
CO16 Um homem/mulher para quem é importante portar-se sempre como deve ser. Evita fazer coisas que os outros digam que é errado.	386	1	5	3,49	,949
TR9 Um homem/mulher para quem é importante ser humilde e modesto/a. Tenta não chamar as atenções sobre si.	386	1	5	4,04	,858

TR20 Um homem/mulher que dá importância à tradição. Faz tudo o que pode para agir de acordo com a sua religião e a sua família.	386	1	5	3,33	1,091
SE5 Um homem/mulher que dá muita importância a viver num sítio onde se sinta seguro/a. Evita tudo o que possa pôr a sua segurança em risco.	386	1	5	3,51	1,028
SE14 Um homem/mulher para quem é importante que o Governo garanta a sua segurança, contra todas as ameaças. Quer que o estado seja forte, de modo a poder defender os cidadãos.	386	1	5	4,19	,798
PO2 Um homem/mulher para quem é importante ser rico/a. Quer ter muito dinheiro e coisas caras.	386	1	5	2,56	,958
PO17 Um homem/mulher para quem é importante que os outros lhe tenham respeito. Quer que as pessoas façam o que ele/ela diz.	386	1	5	3,76	,831
RE4 Um homem/mulher que dá muita importância a poder mostrar as suas capacidades. Quer que as pessoas admirem o que faz.	386	1	5	3,55	,993
RE13 Um homem/mulher para quem é importante ter sucesso. Gosta de receber o reconhecimento dos outros.	386	1	5	3,86	,844
HE10 Um homem/mulher para quem é importante passar bons momentos. Gosta de tratar bem de si.	386	2	5	4,28	,706
HE21 Um homem/mulher que procura aproveitar todas as oportunidades para se divertir. É importante para ele/ela fazer coisas que lhe dão prazer.	386	1	5	4,04	,821
ES6 Um homem/mulher que gosta de surpresas e está sempre à procura de coisas novas para fazer. Acha que é importante fazer muitas coisas diferentes na vida.	386	1	5	3,95	,839

ES15 Um homem/mulher que procura a aventura e gosta de correr riscos. Quer ter uma vida emocionante.	386	1	5	3,92	,852
AU1 Um homem/mulher que dá importância a ter novas ideias e ser criativo/a. Gosta de fazer as coisas à sua maneira.	386	1	5	3,87	,739
AU11 Um homem/mulher para quem é importante tomar as suas próprias decisões sobre o que faz. Gosta de ser livre e não estar dependente dos outros.	386	2	5	4,13	,751
N válido (de lista)	386				