



## Universidades Lusíada

Soares, Ana Isabel Alves

### **Relação entre estilos de humor e valores em adultos**

<http://hdl.handle.net/11067/5295>

#### **Metadados**

<b>Data de Publicação</b>	2019
<b>Resumo</b>	<p>Resumo: Emergência: Estilos de humor e valores humanos são duas dimensões psicológicas essenciais para a compreensão das idiosincrasias do ser humano, tendo já sido associados em várias investigações enquanto preditores de uma ampla variedade de resultados comportamentais. No entanto, estes construtos foram maioritariamente estudados de modo isolado limitando, assim, a compreensão da sua relação. Objetivo: Deste modo, o principal objetivo deste estudo foi compreender a associação entre os esti...</p> <p>Abstract: Emergency: Humor styles and human values are two essential psychological dimensions essential to understand the idiosyncrasies of the human being, having already being associated in several studies as predictors for a wide range of behavioural results. However, these constructs were mainly studied in isolation, limiting the comprehension of their relations. Objective: Therefore, the focus of this study was understand the association between humor styles and human values. Methodology: P...</p>
<b>Palavras Chave</b>	Psicologia, Psicologia clínica, Avaliação da Personalidade - Adultos - Valores, Avaliação de humor, Teste psicológico - Inventário de Valores de Vinte Itens (IVVI), Teste Psicológico - Comic Styles Markers (CSM)
<b>Tipo</b>	masterThesis
<b>Revisão de Pares</b>	Não
<b>Coleções</b>	[ULP-IPCE] Dissertações

Esta página foi gerada automaticamente em 2024-09-21T06:30:17Z com informação proveniente do Repositório

RELAÇÃO ENTRE ESTILOS DE HUMOR  
E VALORES EM ADULTOS

Dissertação  
para a obtenção  
do Grau de Mestre em:  
**Psicologia Clínica**



**RELAÇÃO ENTRE ESTILOS DE HUMOR  
E VALORES EM ADULTOS**

*Ana Isabel Alves Soares*

PORTO 2019



Instituto de Psicologia  
e Ciências da Educação  
Universidade Lusíada - Norte (Porto)



Ana Isabel Alves Soares



Instituto de Psicologia  
e Ciências da Educação  
Universidade Lusíada - Norte (Porto)

Dissertação  
para a obtenção  
do Grau de Mestre em:  
**Psicologia Clínica**



**RELAÇÃO ENTRE ESTILOS DE HUMOR  
E VALORES EM ADULTOS**

*Ana Isabel Alves Soares*

**PORTO 2019**

**ORIENTAÇÃO:**  
Prof.<sup>a</sup> Doutora Sara Cruz



**Instituto de Psicologia  
e Ciências da Educação**  
Universidade Lusíada - Norte (Porto)



**PANTONE 151 C**

**C: 0**

**M: 48**

**Y: 95**

**K: 0**

## Agradecimentos

Ao longo do meu percurso académico tive do meu lado pessoas que decididamente marcaram o meu caminho e contribuíram para o meu enriquecimento pessoal e profissional. Aproveito este momento para agradecer a todos os que, de algum modo, contribuíram para a minha evolução ao longo desta fase, na realização desta dissertação e, acima de tudo, por me ajudarem na prossecução do meu sonho, a Psicologia.

Começo por agradecer com um carinho especial à minha orientadora, Professora Doutora Sara Cruz, testemunha da minha formação académica, na qualidade de professora, assim como na orientação e supervisão do processo de redação da dissertação. Agradeço, ainda, o apoio, a compreensão e a partilha de experiências significativas.

Às minhas amigas Carla, Luísa, Sara e Susana, as minhas companheiras nesta viagem, pela partilha de experiências, pelo apoio e força que sempre me deram para continuar, mesmo nos momentos mais difíceis e, acima de tudo, pela amizade que se fortaleceu ao longo dos anos.

Às minhas queridas amigas Rosa e Vera, agradeço o facto de se manterem na minha vida ao longo de todos estes anos, ainda que todas tivéssemos seguido caminhos diferentes. Hoje e sempre serão a minha referência de amizade verdadeira!

Um agradecimento muito especial aos meus pais e irmã, pela educação, apoio incondicional, pelos esforços que fizeram ao longo dos anos para que fosse possível a concretização deste sonho e, acima de tudo, por sempre acreditarem em mim!

Por fim, agradeço a todos os que ao longo destes anos passaram pelo meu caminho e contribuíram significativamente para a minha evolução pessoal e profissional.

Um muito OBRIGADA a todos!

## Índice

Agradecimentos .....	1
Índice de Tabelas .....	3
Índice de Figuras.....	4
Lista de Abreviaturas .....	5
Resumo .....	6
Abstract.....	7
Introdução .....	8
Estilos de Humor.....	8
Valores .....	13
Estilos de Humor e Valores.....	21
Objetivos e Hipóteses de estudo.....	24
Metodologia .....	25
Participantes .....	25
Instrumentos.....	26
Questionário sociodemográfico.....	26
Estilos de Humor: Comic Styles Markers. ....	26
Valores: Twenty Item Value Inventory. ....	27
Procedimentos .....	28
Recolha de dados.....	28
Análise de dados.....	28
Resultados .....	30
Diferenças entre sexos ao nível dos estilos de humor e valores.....	30
Associação entre estilos de humor e valores .....	31
Diferenças entre sexos na associação entre estilos de humor e valores .....	34
Discussão dos Resultados .....	37
Limitações do estudo.....	45
Implicações teóricas e futuras investigações.....	46
Conclusão.....	48
Referências Bibliográficas .....	49

## **Índice de Tabelas**

Tabela 1. Características Sociodemográficas dos participantes. ....	26
Tabela 2. Resultados do teste de diferenças dos estilos de humor em função do sexo. ....	30
Tabela 3. Resultados do teste de diferenças dos valores em função do sexo. ....	31
Tabela 4. Correlações de Pearson dos estilos de humor e dos valores. ....	32
Tabela 5. Correlações de Pearson dos estilos de humor e dos valores em função do sexo. ....	35

## Índice de Figuras

Figura 1. Estrutura circular dos dez valores (Schwartz, 2010) .....	19
---	----

## **Lista de Abreviaturas**

HSQ: Humor Styles Questionnaire

CSM: Comic Styles Markers

SVS: Schwartz Value Survey

PVQ: Portrait Values Questionnaire

TwIVI: Twenty Item Value Inventory

TIVI: Tem Item Value Inventory

SPSS: Statistic Package for Social Sciences

## Resumo

**Emergência:** Estilos de humor e valores humanos são duas dimensões psicológicas essenciais para a compreensão das idiossincrasias do ser humano, tendo já sido associados em várias investigações enquanto preditores de uma ampla variedade de resultados comportamentais. No entanto, estes construtos foram maioritariamente estudados de modo isolado limitando, assim, a compreensão da sua relação. **Objetivo:** Deste modo, o principal objetivo deste estudo foi compreender a associação entre os estilos de humor dos indivíduos e os seus valores. **Metodologia:** Participaram neste estudo 755 sujeitos (512 do sexo feminino e 241 do sexo masculino), com idades compreendidas entre os 18 e 88 anos de idade, com diferentes habilitações literárias. Para a avaliação dos estilos de humor foi utilizada a versão portuguesa do *Comic Styles Markers* (CSM) e para a avaliação dos valores foi utilizada a versão portuguesa do *Twenty Item Value Inventory* (TwIVI). Os referidos questionários foram distribuídos em papel e, posteriormente, os dados foram analisados com recurso ao *software* estatístico SPSS. **Resultados:** Os resultados demonstram correlações positivas e negativas entre os estilos de humor e os valores, nomeadamente uma associação entre estilos de humor positivos e valores intrínsecos, assim como associação entre estilos de humor negativos e valores extrínsecos. Foram, ainda, encontradas diferenças nos valores e nos estilos de humor em função do sexo do participante. Os homens valorizam mais o recurso a estilos de humor cómicos, em particular estilos mais agressivos. Ao mesmo tempo, homens e mulheres valorizam diferentes subescalas de valores. **Conclusão:** Tal como era esperado, conclui-se que existem associações entre as subescalas dos estilos de humor e dos valores.

*Palavras-Chave:* estilos de humor; valores humanos; adultos; população normativa.

## Abstract

**Emergency:** Humor styles and human values are two essential psychological dimensions essential to understand the idiosyncrasies of the human being, having already being associated in several studies as predictors for a wide range of behavioural results. However, these constructs were mainly studied in isolation, limiting the comprehension of their relations. **Objective:** Therefore, the focus of this study was understand the association between humor styles and human values. **Methodology:** Participated in this study 755 individual (512 females and 241 males) with ages between 18 and 88 years old, with diferent literary qualifications. In order to evaluate the humor styles we used the portuguese version of Comic Styles Markers (CSM) and the portuguese version of do Twenty Item Value Inventory (TwIVI). The aforementioned questionnaires were distributed in paper and, subsequently, the data were analised using with SPSS statistic software. **Results:** The results show positive and negative correlations between humor styles and human values, although weak and moderated. It was found a relation between positive humor styles and intrinsic values, as well as a relation between negative humor styles and extrinsic values. Differences were also found in humor styles and human values, according the participant's sex. Men place more value on the use of comic humor styles, in particular more aggressive styles. At the same time, men and women value diferente subscales of values. **Conclusion:** As expected, it is concluded that there are associations between the subscales of humor styles and human values.

*Keywords:* humor styles; human values; adults; normative population.

## Introdução

### Estilos de Humor

O humor está presente em todas as facetas do dia-a-dia, desde os livros, aos filmes, na televisão, nas interações sociais, entre outros. Neste sentido, ao longo do último século, muitas foram as referências na literatura relativamente a este termo, desde Ellis, a Adler, Haley, Mosak, entre outros (Berg, Parr, Bradley & Berry, 2009).

Na investigação contemporânea, o humor é definido como um construto multidimensional relacionado com os processos mentais e as respostas pessoais do indivíduo, enquanto o senso de humor é considerado um traço pessoal que abrangia os vários componentes cognitivos, emocionais, comportamentais, psicofisiológicos e sociais do humor (Sirigatti, Penzo, Giannetti, & Stefanile, 2014).

No último século, várias foram as definições apresentadas acerca do humor, tendo este sido concetualizado de inúmeras formas. As perspetivas clássicas psicodinâmicas sugeriam que os indivíduos utilizam o humor como um mecanismo de defesa para lidarem com sentimentos ou ansiedade ou, ainda, expressar desejos inconscientes, ou ainda que o humor servia uma variedade de funções intrapsíquicas e interpessoais (Zeigler-Hill, McCabe, & Vrabel, 2016). Alguns estudos sugeriam ainda que o humor consistia num padrão de comportamento habitual, um traço de temperamento relacionado com a emoção ou, ainda, uma resposta estética (Dyck & Holtzman, 2013; Edwards & Martin, 2010; Sirigatti et al., 2014).

Assim, a expressão estilos de humor tem sido utilizada para se referir às qualidades do humor (Ruch, Wagner, & Heintz, 2018a), envolvendo processos biológicos complexos, já que a experiência de humor evoca mudanças no sistema emocional de cada indivíduo e provoca reações, como é o caso do sorriso ou da gargalhada (Mathies, Chiew, & Kleinaltenkamp, 2016). Deste modo, as diferenças individuais no que respeita ao humor têm-se tornado um tema popular no que respeita à investigação no âmbito das ciências sociais, sendo que cada estilo de humor denota a existência de diferentes formas de humor visíveis no modo cada indivíduo se relaciona consigo mesmo e com terceiros (Heintz & Ruch, 2019).

É, assim, possível afirmar que os estilos de humor consistem no modo como cada indivíduo lida e comunica consigo e com os outros sendo que, na perspetiva de Mathies e

colaboradores (2016), o humor consiste nas ações intencionadas de um indivíduo para entreter alguém, podendo ou não ser bem sucedido.

O humor pode, ainda, ser utilizado para mudar perspectivas relativamente a situações stressantes ou para ganhar alguma sensação de maturidade face a um determinado acontecimento (Rnic, Dozois, & Martin, 2016).

Deste modo, a noção de que o humor pode ser benéfico para a saúde mental e o bem-estar subjetivo foi teorizada por vários, desde clínicos, a teóricos e investigadores (Dyck & Holtzman, 2013; Edwards & Martin, 2010; Ruch et al., 2018a; Sirigatti et al., 2014; Winterheld, Simpson, & Oriña, 2013).

As primeiras investigações realizadas consideravam que o humor consistia num fenómeno prósocial, benigno e positivo, desvalorizando os estilos mais associados à agressividade, ironia ou maldade (Mendiburo-Seguel, Páez, & Martínez-Sánchez, 2015). No entanto, reconhece-se, hoje, a importância da distinção entre o uso positivo e o uso negativo do humor para a saúde mental sendo que, esta envolve não só a presença de humor adaptativo, como também a ausência de estilos de humor negativos ou não-saudáveis (Edwards & Martin, 2010).

Deste modo, considera-se, hoje, que o humor é uma construto multidimensional que inclui estilos adaptativos e desadaptativos (Stieger, Formann, & Burger, 2011). Neste âmbito, Kuiper e Leite (2010) reforçam a ideia de que o humor adaptativo é utilizado de modo mais benéfico permitindo, assim, ajudar a manter as relações interpessoais e, ainda, permite ao indivíduo lidar melhor com situações mais stressantes, ao passo que o humor desadaptativo se apresenta como sendo mais prejudicial, isto é, é utilizado com o intuito de atacar os outros ou próprio.

Ao longo das últimas décadas, vários autores reconheceram que o humor pode servir os objetivos pessoais do indivíduo (Hodson & Rush, 2010). Neste sentido, surgiram várias perspectivas sendo que, em cada uma, eram defendidas diferentes tipologias no que respeita aos estilos de humor existentes.

Craik, Lampert e Nelson (1996) foram os pioneiros no que respeita ao estudo dos estilos de humor tendo em conta a conduta diária de cada indivíduo, considerando a existência de qualidades e formas específicas de comportamentos e características associadas com o humor (Ruch & Heintz, 2016). Os autores apresentaram, assim, cinco estilos bipolares

utilizados na conduta diária: socialmente quente, socialmente frio, reflexivo, rude, competente, absurdo, terra-a-terra, reprimido, benigno e espirituoso (Craig et al., 1996).

Martin, Puhlik-Doris, Larsen, Gray e Weir (2003) descrevem os estilos de humor como as diferenças individuais no uso do humor considerando, assim, a existência de distintas formas de utilização dos estilos de humor (Ruch & Heintz, 2016).

Martin e colaboradores (2003) reconheceram a existência de quatro estilos de humor associados ao dia-a-dia do indivíduo e, por isso, relevantes para o seu bem-estar sendo que, a sua conceitualização distingue a existência de dois tipos de relacionamento, interpessoal e intrapessoal, que podem ser conseguidos de modo adaptativo ou desadaptativo (Heintz & Ruch, 2019). Assim, reconhecem a existência dos seguintes estilos de humor: humor afiliativo, humor autorreforçador, humor agressivo e humor auto desafiante.

O humor afiliativo refere-se à tendência de utilizar o humor para divertir terceiros, facilitar relacionamentos e reduzir o *stress* interpessoal com recurso a piadas ou brincadeiras estando, por isso, relacionado com extroversão, autoestima, satisfação nas relações e emoções predominantemente positivas. O estilo de humor autorreforçador envolve a utilização do humor em momentos de maior adversidade servindo, assim, como uma estratégia para lidar com esses mesmos momentos, estando mais voltado para a dimensão intrapessoal já que o humor é utilizado por estes indivíduos como mecanismo de *coping*. O estilo de humor agressivo refere-se a humor depreciativo ou humor utilizado para manipular terceiros recorrendo ao sarcasmo ou à provocação hostil, como é o caso do “humor negro” ou “humor sexista”. Por fim, o estilo de humor auto desafiante envolve a diversão de terceiros à custa do próprio estando, por isso, associado a níveis excessivos de desvalorização do *self* (Dyck & Holtzman, 2013; Martin et al., 2003). Os estilos afiliativo e autorreforçador são considerados benéficos para o bem-estar, enquanto os estilos agressivo e auto desafiante são considerados como potencialmente prejudiciais, já que os primeiros são tipicamente considerados estilos de humor positivos, ao passo que os restantes são considerados estilos de humor negativos (Dyck & Holtzman, 2013; Ruch, & Heintz, 2016).

De modo geral, esta tipologia apresenta quatro estilos de humor considerados forte e consistentemente relacionados com a personalidade e o bem-estar dos indivíduos, comparativamente com estudos que consideravam o humor como um construto unidimensional (Dyck & Holtzman, 2013). Estilos de humor positivos estão, assim, tipicamente relacionados com traços e características mais desejáveis, como é o caso do

otimismo e da autoestima, afeto positivo e satisfação com a vida, ao passo que estilos de humor negativos estão mais associados com agressividade e hostilidade, menor satisfação com a vida e maior sintomatologia enquadrável nos diagnósticos de depressão e ansiedade (Dyck & Holtzman, 2013).

No sentido de avaliar os estilos de humor por si enumerados, foi desenvolvido um questionário, *The Humor Styles Questionnaire* (HSQ; Martin et al., 2003), de autorrelato, preenchido numa escala do tipo *Likert* de 7 pontos. Este questionário surgiu numa tentativa de apresentar uma nova abordagem na medição das diferenças individuais do humor e tem sido utilizado, ao longo dos últimos anos, em centenas de estudos, apresentado mais de trinta traduções.

Berg e colaboradores (2009) consideram que o humor pode ser utilizado de várias formas e assumir diferentes formas. Tendo por base essa assunção, os autores identificam seis tipos de humor: humor inesperado, humor baseado no exagero, humor incongruente, jogo de palavras, humor não verbal e humor retrospectivo. O humor inesperado caracteriza-se pela astúcia e surpresa, habitualmente com recurso a piadas ou enigmas. O humor baseado no exagero é útil no que respeita a pensamentos ou comportamentos improdutivos. O humor incongruente é composto por impossibilidades e improbabilidades. O jogo de palavras consiste num tipo de humor apreciado pelas crianças já que deixa ao ouvinte formas diferentes de encarar o mesmo problema. O humor não verbal, pode envolver várias áreas de comunicação sendo, por isso, útil para levar as crianças a prestar atenção a um determinado aspeto. Finalmente, o humor retrospectivo.

Recentemente, Ruch, Heintz, Platt, Wagner e Proyer (2018b), tendo por base a classificação previamente sugerida por Schmidt-Hidding (1963) identificaram oito tipos de estilos de humor cômicos como qualidades específicas do humor: diversão, humor, absurdo, sagacidade, ironia, sátira, sarcasmo e cinismo (Ruch & Heintz, 2016).

Schmidt-Hidding (1963) apresentou uma descrição de características e condutas associadas com oito estilos cômicos referindo-se, assim, à natureza ou “qualidade” da comédia e do humor em geral, sendo que o termo cômico nesta abordagem se refere ao facto de todos os fenómenos cômicos ou de humor serem considerados.

Segundo Ruch e colaboradores (2018b) o estilo de humor diversão, está associado com humor positivo e bom companheirismo. O estilo humor, também designado de humor benevolente, está bastante relacionado com a simpatia e a compreensão das incongruências

da vida, das imperfeições do mundo, das lacunas dos outros e dos próprios contratempos e erros e, deste modo, pessoas com este estilo de humor são vistas como observadoras realistas das fraquezas dos outros, tratando-as de modo benevolente. O estilo de humor absurdo, no sentido de diversão intelectual, lúdica e alegre, está associado à exposição do ridículo no sentido puro, basicamente sem qualquer propósito. O estilo de humor sagacidade caracteriza-se pela brincadeira através de palavras e pensamentos para com terceiros recorrendo, para isso, a combinações improváveis para maximização do impacto pretendido. O estilo de humor ironia visa a criação de um senso mútuo de superioridade em relação aos outros, onde se espera que apenas algumas pessoas consigam entender o que está a ser dito ou feito. O estilo de humor sátira caracteriza-se pela agressividade combinada com tentativas de bondade onde se espera melhorar o mundo, através da deteção das suas fraquezas. O estilo de humor sarcasmo tem como objetivo ferir terceiros, já que pessoas com este estilo de humor costumam ser bastante hostis. Finalmente, o estilo de humor cinismo visa a desvalorização dos valores comumente reconhecidos através da desconsideração das normas e conceitos morais (Ruch et al., 2018b).

Os oito estilos de humor apresentados pelo autor variam entre estilos mais leves (estilos diversão e humor), estilos mais pesados (estilos sarcasmo e cinismo), estilos mais sofisticados (estilos sagacidade e absurdo) e estilos mais simples (diversão e sarcasmo). Estas dimensões cognitivas e afetivas são, assim, consistentes com teorias anteriores que se focam no humor psicológico como é o caso das teorias acerca do humor congruente/incongruente e teorias sobre o humor depreciativo (Heintz & Ruch, 2019).

No sentido de avaliar os estilos de humor por si enumerados, foi desenvolvido um questionário de autorrelato, o *Comic Styles Markers* (CSM; Ruch et al., 2018b) como forma de apresentar uma nova abordagem na medição das diferenças individuais do humor, já que os autores consideram que os indivíduos podem utilizar determinados estilos com maior frequência, uma vez que cada um dos estilos é funcionalmente diferente.

Tal como na tipologia apresentada por Martin e colaboradores (2003), também a tipologia apresentada por Ruch e colaboradores (2018b) sugere a separação entre estilos de humor “negro” em oposição aos restantes, já que esses promovem a ridicularização e gozo de terceiros. Neste sentido, os estilos sarcástico, cínico, satírico e irónico são considerados estilos de humor “negro” (Ruch et al., 2018b), sendo que podem levar a emoções negativas e *stress* devido aos seus componentes de hostilidade e irritabilidade (Ruch et al., 2018a). Por

oposição, os restantes estilos de humor (diversão, humor, absurdo e sagacidade), habitualmente, conduzem a emoções positivas, como é o caso da empatia e do orgulho, podendo, assim, levar a maiores pontuações de bem-estar subjetivo (Ruch et al., 2018b).

Não obstante, é, ainda, de ressaltar que, na tipologia de Martin e colaboradores (2003), os autores sugerem diferenças nos estilos de humor em função do sexo, assumindo que os homens apresentam pontuações mais elevadas em todas as subescalas do humor, não tendo sido possível encontrar ponto de comparação com a tipologia sugerida por Ruch e colaboradores (2018b).

É de notar que tipologias como a apresentada por Martin e colaboradores (2003) se referia ao conceito estilos de humor, ao passo que Ruch e colaboradores (2018b) se referem a estilos de humor cômicos. Apesar de parecer uma diferença mínima, existem diferenças conceituais no que respeita a estes dois conceitos, já que o primeiro se foca essencialmente no afeto e no desejo, enquanto que os estilos de humor cômicos se focam, também, no comportamento e na cognição. Não obstante, quando comparadas ambas as tipologias, é possível encontrar correlações positivas fortes entre alguns dos estilos evidenciados, nomeadamente entre os estilos afiliativo e diversão, os estilos autorreforçador e humor, os estilos agressivo e sarcasmo (Heintz & Ruch, 2019).

## **Valores**

O conceito de valores tem sido considerado central nas ciências sociais sendo que, tanto para Durkheim (1897,1964, cit. in Schwartz, 2012) como para Weber (1905,1958 cit. in Schwartz, 2012) os valores são cruciais para explicar a mudança e a organização sociais.

Assumem um papel importante, não só em sociologia, como também em psicologia, antropologia e outras disciplinas similares sendo utilizados para caracterizar grupos, sociedades e indivíduos, perceber a mudança ao longo do tempo, e compreender as bases motivacionais subjacentes às atitudes e comportamentos dos indivíduos (Cieciuch, Davidov, Vecchione, Beierlein, & Schwartz, 2014; Schwartz, 2012). Assim, é perceptível que os valores estão relacionados com as decisões que moldam as vidas dos indivíduos, tal como a escolha de uma carreira, comportamentos diários, ou o tempo que decidem investir no estudo de um exame, por exemplo (Rocas & Sagiv, 2010).

Não obstante, este é um construto abstrato, interligado com as crenças, juízos e comportamentos de cada indivíduo ao longo do seu desenvolvimento (Schwartz, 2011). Na perspectiva de Rokeach (1973), os valores devem ser concetualizados como crenças superiores ou comportamentos desejáveis. Schwartz e Bilsky (1990) consideram os valores como propósitos motivacionais ou metas desejáveis que influenciam o modo como cada indivíduo interpreta os acontecimentos da sua vida, bem como o seu modo de atuação face a eventos quotidianos. Ainda, segundo Scott (1991, cit in. Daniel, Fortuna, Thrun, Coiban, & Knafo, 2013) e Gouveia (1998, cit in. Daniel et al., 2013), os valores devem ser enquadrados enquanto esquemas mentais.

Apesar das várias concetualizações apresentadas, é possível concluir que, apesar de apresentarem diferenças relativas ao modelo defendido por cada autor, todas as definições consideram os valores como características individuais, relativamente estáveis no tempo (Daniel et al., 2013).

Recentemente, Warren e Wray-Lake (2017) afirmaram que os valores subjazem a princípios e estruturas categóricas que variam de indivíduo para indivíduo e que divergem no grau de importância, considerando-os essenciais à construção da identidade pessoal.

Tendo por base as distintas concetualizações apresentadas é possível afirmar que os valores podem ser perspetivados enquanto princípios orientadores nas vidas de cada indivíduo, sendo muitas vezes confundidos com outros atributos pessoais, nomeadamente, atitudes, crenças, traços, normas e objetivos pessoais (Roccas & Sagiv, 2010; Schwartz, 2012).

No entanto, este é um conceito distinto, que transcende circunstâncias específicas, já que um valor específico poderá estar presente em vários momentos da vida de um indivíduo e não existem valores negativos ou positivos, ao contrário dos restantes atributos mencionados. Por exemplo, ao contrário de necessidades e motivos, que podem ser inconscientes, os valores são representados cognitivamente de modo a permitir que as pessoas pensem e comuniquem sobre eles. Os valores funcionam, assim, como princípios que providenciam ao indivíduo um sentido de justificação social para as suas escolhas e pensamentos distinguindo-se, assim, de traços ou interesses pessoais (Roccas & Sagiv, 2010; Schwartz, 2012).

É, também, possível perceber a diferença entre valores e outros atributos pessoais pelo facto de os valores serem ordenados pela sua importância subjetiva e, portanto, organizados numa hierarquia de valores e, deste modo, quanto mais alto estiver um valor nesta hierarquia,

maior é a probabilidade de influenciar o modo como um determinado indivíduo percebe e interpreta o mundo e as suas preferências, escolhas, emoções e ações (Roccas & Sagiv, 2010).

Deste modo, podemos considerar que os valores são um componente importante e especialmente central para cada indivíduo e a sua personalidade, sendo por isso distintos de outros atributos pessoais já que são motivadores dos comportamentos e atitudes de cada indivíduo. Quando um indivíduo pensa nos seus valores, pensa no que é importante para si e para a sua vida, ponderando acerca dos vários valores. Deste modo, um valor pode ser bastante importante para um indivíduo e não ter um papel tão importante para outro (Schwartz, 2012).

Nos dias de hoje existem fortes evidências de uma quase estrutura universal básica de valores humanos, sendo que a estrutura de Schwartz, que assenta na identificação de dez valores básicos já foi suportada em mais de 200 amostras provenientes de 67 países (Sandy, Gosling, Schwartz, & Koelkebeck, 2016; Schwartz, & Boehnke, 2004).

Schwartz e Bilsky (1987, 1990 cit in. Schwartz, 1992) apresentaram uma teoria sobre os valores humanos básicos aplicável a diferentes contextos culturais, que assenta na natureza social dos indivíduos. Na sua versão original, consideraram a existência de três facetas associadas a cada valor: o tipo de objetivo (terminal ou instrumental), os interesses a que serve (coletivos ou individuais) e o domínio motivacional. Mais tarde, o autor incluiu apenas duas facetas, os interesses a que o valor serve (social ou pessoal) e o domínio motivacional. O desenvolvimento destas facetas resultou numa teoria sistemática de conteúdo e organização de um sistema de valores de indivíduos, empiricamente validado.

Schwartz (1992) apresentou, assim, um conjunto de dez valores humanos básicos, organizados num *continuum* circular motivacional onde, valores que estão mais próximos são, concetualmente, mais parecidos. Esta estrutura circular é suportada em adolescentes, estudantes e adultos com amostras representativas em mais de 80 países.

A teoria dos valores apresentada pelo autor define dez valores universais associados à existência humana, a enumerar: conformidade, tradição, benevolência, universalismo, autodirecionamento, estimulação, hedonismo, realização, poder e segurança (1992, 2006, 2010, 2012). O valor conformidade está associado a contenção de ações, inclinações e impulsos prováveis de incomodar ou magoar terceiros e violar as expectativas ou normas sociais, isto é, está bastante relacionado com obediência. Tradição está associado a respeito,

compromisso e aceitação dos costumes ou ideias provenientes de uma cultura ou religião específica. O valor benevolência está relacionado com a preservação e a melhoria do bem-estar de pessoas com quem o indivíduo mantém um contacto frequente. Universalismo está relacionado com a compreensão, apreciação, tolerância e proteção do bem-estar da população em geral e/ou da natureza associando-se, assim, a valores de igualdade e justiça social. O autodirecionamento está ligado à excitação, novidade e desafios na vida estando, assim, associado à criatividade e liberdade. O valor estimulação está associado a três potenciais subtipos, excitação, novidade e desafio. O hedonismo está ligado ao sucesso pessoal através da demonstração de competência tendo por base os princípios sociais. O valor realização refere-se à procura de sucesso tendo em conta os princípios que regem a cultura onde o indivíduo se insere. O valor poder está associado ao estatuto e prestígio sociais, ao controlo ou domínio de pessoas ou recursos. Por fim, o valor segurança está relacionado com a proteção, harmonia e estabilidade da sociedade, de relacionamentos ou do próprio (Schwartz, 2006, 2010, 2012). Os valores que apresentam uma maior influência sobre o comportamento prósocial tendo em conta o contexto são o universalismo, benevolência, conformidade e segurança. Não obstante, benevolência está mais associada ao bem-estar de um grupo ao passo que universalismo se caracteriza pela preocupação do bem-estar em geral (Schwartz, 2010).

Esta conceção de valores proposta por Schwartz (1992, 2006, 2010, 2012), assenta nos seguintes pressupostos:

- Os valores estão ligados ao afeto, isto é, a partir do momento em que um valor é ativado, fica fundido com os sentimentos;
- Valores referem-se a objetivos desejáveis que motivam a ação;
- Os valores transcendem ações e situações específicas distinguindo-se, assim, de normas e atitudes já que estas usualmente se referem a ações, objetos ou situações específicas;
- Os valores são princípios orientadores que motivam a seleção ou avaliação de ações, eventos ou pessoas, incluindo a si próprios. No que respeita à autoavaliação, os valores são centrais para o autoconceito, já que o indivíduo decide o que é bom e mau, justificável ou injustificável, digno de ser realizado ou evitado tendo por base as possíveis consequências dos seus valores;

- Os valores estão organizados por ordem de importância para o indivíduo, com base num sistema de prioridades distinguindo-se, mais uma vez de normas e atitudes;
- A importância que o indivíduo atribui ao conjunto de valores guia as suas ações e atitudes, já que, de modo genérico, subjacente a cada ação ou atitude está uma troca entre valores competitivos relevantes para a sua implementação.

Estes seis pressupostos caracterizam os valores em geral sendo que, o que distingue um valor de outro é o objetivo ou motivação que este expressa. Deste modo, existem dez valores gerais, muitas vezes considerados universais, que assentam nos requisitos básicos da existência humana. Para lidar com estes requisitos, os indivíduos devem articular apropriadamente os seus objetivos, comunicar com outros indivíduos sobre estes e trabalhar ativamente na sua concretização. Os valores constituem-se, assim, como conceitos socialmente desejáveis que representam cognitivamente os objetivos do indivíduo (Schwartz, 2010, 2012).

O autor postula ainda que, a um nível mais básico, os valores formam um *continuum* de motivações relacionadas originando, assim, uma estrutura de valores circular, onde os valores são adjacentes (Schwartz, 2010, 2012).

Os valores poder e realização estão associados a superioridade e estima sociais, e os valores realização e hedonismo estão associados a satisfação aut centrada estando, por isso, associados à autopromoção. Os valores hedonismo e estimulação estão associados a um desejo por afetividade agradável e excitação, e os valores estimulação e autodirecionamento estão associados a interesses intrínsecos em novidade e domínio sendo que estes três valores estão maioritariamente associados à abertura para a mudança. Os valores autodirecionamento e universalismo estão associados à confiança de julgamento próprio e conforto com a diversidade existente. Os valores universalismo e benevolência estão associados ao reforço de terceiros e à superioridade face a interesses egoístas estando, por esse mesmo motivo, bastante relacionados com a autotranscendência. Os valores benevolência e tradição estão associados à devoção a um grupo, ao passo que os valores benevolência e conformidade estão associados a comportamentos normativos de promoção de relacionamentos próximos. Os valores conformidade e tradição estão associados à subordinação a favor de expectativas socialmente impostas, os valores tradição e segurança estão associados à preservação de normas sociais que dão sentido à vida, e os valores conformidade e segurança estão

associados à proteção da ordem e da harmonia nas relações, sendo que estes três valores estão associados ao conservadorismo. Assim, estes apresentam motivações muito próximas, já que ambos partilham do mesmo objetivo comum, isto é, a subordinação do próprio às expectativas socialmente impostas. A grande diferença entre estes dois valores reside no objeto à qual o indivíduo é subordinado; conformidade implica a subordinação a pessoas com quem o indivíduo mantém um contacto frequente, como é o caso da família, dos amigos, ou dos colegas de trabalho; tradição implica a subordinação a algo mais abstrato, como é caso da religião, dos costumes culturais ou ideias. Finalmente, os valores segurança e poder estão associados ao evitamento ou controlo de ameaça através do controlo das relações e recursos disponíveis (Schwartz, 2012).

Deste modo, esta estrutura circular de valores representa um *continuum* motivacional, isto é, quanto mais próximos estiverem dois valores numa determinada direção do círculo, mais estes são similares à motivação subjacente; quanto mais distantes, mais antagónicas são as suas motivações (Schwartz, 2012).

A figura 1, pretende sistematizar a natureza das relações existentes entre os valores já apresentados. Uma das dimensões contrasta os valores Abertura à Mudança e Conservador, já que evidencia o conflito existente entre os valores que enfatizam o pensamento, a ação e os sentimentos independentes bem como a possibilidade de mudança (autodirecionamento e estimulação) com os valores que dão ênfase à ordem, à restrição pessoal, à preservação do passado e à resistência à mudança (segurança, conformidade e tradição). A segunda dimensão contrasta os valores Autotranscendência e Autopromoção já que capturam o conflito entre valores que valorizam a preocupação com o bem-estar e os interesses de terceiros (universalismo e benevolência) e valores onde é valorizada a procura pelos interesses e o sucesso pessoais e o domínio face a terceiros (poder e realização). No que respeita ao hedonismo, este valor partilha elementos associados à abertura à mudança e à autopromoção.

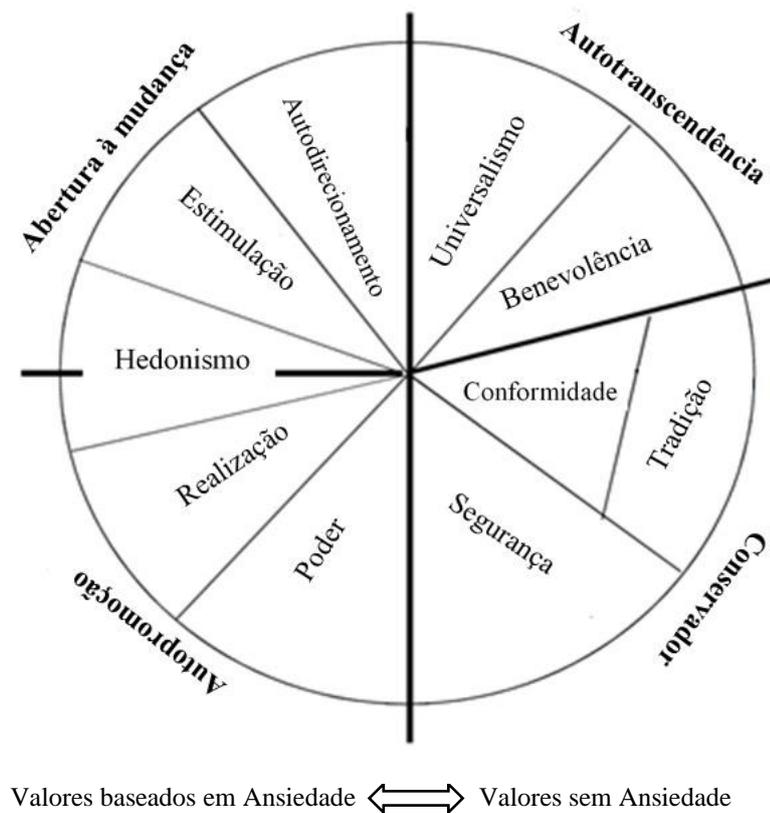


Figura 1. Estrutura circular dos dez valores (Schwartz, 2010)

A estrutura relacional existente entre os dez valores deriva da assunção de que todas as ações em busca de um determinado valor têm consequências que entram em conflito com alguns valores ao mesmo tempo que são congruentes com outros. Ações em busca de valores têm, deste modo, consequências práticas, psicológicas e sociais (Schwartz, 2010, 2012; Schwartz & Boehnke, 2004). Assim, cada indivíduo pode e deve trabalhar na busca de valores competitivos, mas não numa única ação, devem fazê-lo em diferentes momentos, ações e contextos (Schwartz, 2010). Enquanto objetivos, os valores influenciam todos os comportamentos motivados, sendo que o comportamento implica uma troca entre valores competitivos. Deste modo, todos os comportamentos intencionais apresentam implicações positivas no sentido de expressar, manter e alcançar alguns valores, mas também, implicações negativas visíveis através de posições opostas na estrutura circular (Schwartz, 2012).

Os indivíduos diferem substancialmente na importância que atribuem a cada um dos dez valores. No entanto, no que se refere às comunidades, existe um consenso relativamente à ordem hierárquica de valores. Através de amostras representativas, com recurso a diferentes instrumentos, foi possível verificar que a importância atribuída a cada um dos dez valores é

bastante similar, nomeadamente os valores benevolência, universalismo e autodirecionamento assumem maior importância, a passo que os valores poder e estimulação são considerados os menos importantes (Schwartz, 2012).

É ainda de salientar que Schwartz e Rubel (2005) sugerem que homens e mulheres atribuem maior importância a diferentes valores. Nomeadamente, segundo os autores, os homens atribuem consistentemente maior importância a valores como o poder, a estimulação, o hedonismo, a realização e o autodirecionamento. As mulheres atribuem consistentemente maior importância a valores como o hedonismo e o universalismo e, de modo menos consistente, valores como a segurança. Neste estudo, os autores não encontraram diferenças nos valores tradição e conformidade, em função do sexo dos participantes. Não obstante, apesar de encontrar estas diferenças, o autor não exclui a possibilidade de estas não se deverem apenas ao sexo do participante, mas também a outros fatores como a idade, educação, e cultura.

Schwartz e colaboradores (2012) apresentaram um aperfeiçoamento da teoria básica de valores apresentada, dando um maior ênfase aos *continuum* de valores. Nesta versão mais recente, os autores propuseram a distinção de 19 valores dividindo alguns dos 10 valores originais.

A partir da conceção teórica por si apresentada, num primeiro momento foi construído o instrumento *Schwartz Value Survey* (SVS; Schwartz, 1992), composto por 57 itens desenvolvido para avaliar os dez valores postulados pelo autor. Este apresenta características psicométricas elevadas e continua a ser um dos instrumentos de avaliação de valores mais utilizado. No entanto, o instrumento falhou na réplica de, sensivelmente, 5% das amostras interculturais, nomeadamente em África. A principal razão para isto ter acontecido deve-se ao facto de o instrumento necessitar que os participantes sejam capazes de conceitualizar os valores de modo abstrato, já que não é providenciada no questionário nenhum tipo de informação acerca da sua contextualização em *settings* reais (Sandy et al., 2016).

Para fazer face a estes problemas, Schwartz desenvolveu o *Portrait Values Questionnaire* (PVQ-40), um questionário de 40 itens onde eram apresentados pequenos retratos de indivíduos tendo por base o seu género. Este instrumento teve mais sucesso no que respeita à confirmação das complexidades das comunidades, comparativamente com o SVS (Sandy et al., 2016).

No entanto, alguns investigadores consideram que, em vários contextos, a implementação de uma escala mais breve pode ser bastante vantajosa, nomeadamente na realização de estudos longitudinais, estudos de personalidade, estudos realizados através da internet ou de rastreio. Tipicamente, estas escalas apresentam níveis de confiabilidade mais baixos que as escalas completas, mas mantêm os níveis satisfatórios. Tendo por base esta assunção, foi desenvolvida uma escala mais breve, com base no PVQ-40, o PVQ-21 (Sandy et al., 2016).

Recentemente, tendo por base o PVQ-40, foram desenvolvidos dois questionários: o questionário de valores breve, com dois itens para cada valor, e o questionário ultrabreve, com apenas um item para cada valor, mais tarde referidos como *Twenty Item Value Inventory* (TwIVI) e *Ten Item Value Inventory* (TIVI). Essencialmente, o objetivo destes questionários consistiu em permitir a integrar investigação centrada nos valores em estudos que não conseguem implementar os questionários originais, devido a restrições de tempo. Tal como previsto, o TwIVI apresenta, na sua versão original, propriedades psicométricas superiores ao TIVI apresentando, ainda, uma maior capacidade para captar e prever relações entre os valores e variáveis externas. Não obstante, o TwIVI, pelo facto de apresentar dois itens para cada valor, permite uma maior duplicação da hierarquia de valores presente no PVQ-40, bem como uma maior validade. No entanto, o TIVI continua a ser uma opção viável para investigadores com recursos muito limitados já que, mesmo com uma consistência interna mais baixa, o TIVI é, igualmente, um teste com níveis de confiabilidade bastante elevados, tal como o TwIVI (Sandy et al., 2016).

### **Estilos de Humor e Valores**

As repercussões das mudanças assinaladas no estudo dos processos psicológicos que subjazem ao comportamento humano, normativo ou patológico, tem sido um domínio particularmente estudado pelo panorama científico. Assim, nas últimas décadas, construtos como os estilos de humor e os valores têm sido muito estudados.

O presente estudo procura examinar as similaridades e diferenças entre os construtos estilos de humor e valores, clarificando as suas relações teóricas e estatísticas. Ao mesmo tempo, procura compreender a influência dos estilos de humor e dos valores na predição do comportamento humano, propósito último da psicologia.

Apesar de, nos dias de hoje, ser possível encontrar muita informação referente a estes dois construtos, à data, são escassas as investigações que se debruçam sobre o estudo da relação entre estas duas dimensões. Não obstante, existe já evidência científica de que, quer os estilos de humor, quer os valores apresentam correlações positivas e negativas com a personalidade e o comportamento humano e, conseqüentemente, com o bem-estar subjetivo dos indivíduos.

A noção de que o humor pode ser benéfico para a saúde mental e o bem-estar subjetivo foi teorizada por vários autores (Dyck & Holtzman, 2013; Edwards & Martin, 2010; Ruch et al., 2018a; Sirigatti et al., 2014; Winterheld, Simpson, & Oriña, 2013). Ao longo do tempo, foi acumulada muita evidência deste facto, mostrando a existência de diversas correlações entre as diversas medidas de avaliação do humor e aspetos associados ao bem-estar (Dyck & Holtzman, 2013; Edwards & Martin, 2010). Especificamente, estilos de humor positivos apresentam correlações negativas com depressão ansiedade e stress e correlações positivas com autoestima, otimismo e satisfação com a vida sugerindo, assim, que o humor positivo está associado a um melhor estado de espírito e autoestima (Edwards & Martin, 2010). No que respeita aos estilos de humor negativos, foram encontradas correlações positivas com ansiedade e depressão e correlações negativas com autoestima e otimismo. Apesar das correlações apresentadas se referirem à tipologia apresentada por Martin e colaboradores (2003), para a realização deste estudo infere-se que estas correlações serão semelhantes na tipologia sugerida por Ruch e colaboradores (2018).

A utilização de estilos de humor cómicos aparenta, assim, estar relacionada com o bem-estar dos indivíduos. Nesta linha de pensamento, Ruch e colaboradores (2018a), afirmam que estilos de humor mais leves, como é o caso da diversão, humor benevolente, absurdo e sagacidade, poderão levar ao surgimento de emoções positivas como a diversão, a empatia, o prazer intelectual ou o orgulho e, deste modo, faz sentido que indivíduos com elevados *scores* nestes estilos de humor apresentem maiores *scores* de bem-estar.

Existe, também, evidência de que os estilos de humor apresentam diferentes tipos de correlação com o carácter e com traços do modelo de personalidade *Big Five* (Ruch et al., 2018a). Ruch e colaboradores (2018a), concluíram que algumas dimensões de personalidade apresentam correlações positivas com alguns estilos de humor do mesmo modo que outras dimensões apresentam correlações negativas. A dimensão neuroticismo apresenta uma correlação negativa com os estilos de humor benevolente e sagacidade, e uma correlação

positiva com os estilos sarcasmo e cinismo. Extroversão está positivamente correlacionada com diversão, humor benevolente, e sagacidade e uma correlação positiva muito baixa com absurdo. Psicoticismo apresenta correlações positivas elevadas com estilos como o sarcasmo e o cinismo apresentando, ainda, correlações positivas baixas com outros estilos cômicos, à exceção da ironia.

No que respeita aos valores, a relação existente entre este construto e comportamento humano tem variado no que respeita à sua magnitude, isto é, alguns autores (Bardi & Schwartz, 2003; Sagiv & Schwartz, 1995 cit in. Eyal, Sagristano, Trope, Liberman, & Craiken, 2009) assumem a existência de correlações elevadas entre valores e comportamentos intencionais ao passo que outros (Kristiansen & Hotte, 1996 cit in. Eyal et al., 2009) assumem que os valores são fracos preditores do comportamento humano. Não obstante, existe evidência de que os processos psicológicos que moldam os efeitos dos valores nos comportamentos humanos são muito influenciados pelo contexto social de cada indivíduo (Rocas & Sagiv, 2010). Deste modo, é possível afirmar que os valores são estruturados de diferente modo em cada grupo cultural, sendo que apesar da estrutura e natureza dos valores ser universal, indivíduos e grupos diferem substancialmente na importância que atribuem aos valores, isto é, cada indivíduo tem diferentes prioridades e hierarquias de valores (Schwartz, 2012).

Apesar de a tipologia de Schwartz não apontar possíveis ligações entre os valores e o bem-estar subjetivo, Lyubomirsky, Sheldon e Schkade (2005, cit in Morrison & Weckroth, 2017), sugerem que os valores devem ser tomados em consideração enquanto componentes do bem-estar. No entanto, a literatura sugere que valores extrínsecos como a segurança, o poder e a tradição estão associadas a baixos níveis de satisfação com a vida, ao passo que valores intrínsecos como o autodirecionamento, o hedonismo e a estimulação estão relacionados com níveis mais elevados de bem-estar subjetivo (Morrison & Weckroth, 2017).

Deste modo, é possível inferir que, ambos os construtos se referem a processos psicológicos que, sendo mais complexos que o comportamento humano, apresentam uma grande influência sobre o mesmo. Face ao exposto, conclui-se que estilos de humor e valores, têm grande contribuição para o bem-estar dos indivíduos. Deste modo, o estudo da relação entre os construtos supracitados configura-se como útil e bastante importante.

### **Objetivos e Hipóteses de estudo**

O principal objetivo do presente estudo consistiu em averiguar a relação entre os estilos de humor e os valores, em adultos saudáveis recrutados da comunidade. Este objetivo elenca-se, na seguinte questão: “*Será que existe uma relação entre os estilos de humor e os valores da população adulta normativa?*”

Espera-se diferenças entre o sexo feminino e o sexo masculino ao nível dos estilos de humor e valores, como previamente verificado. Mais ainda, espera-se que estilos de humor positivos, como a diversão, o humor, o absurdo e a sagacidade apresentem uma maior associação com valores intrínsecos como o autodirecionamento, o hedonismo e a estimulação. Do mesmo modo, espera-se encontrar uma associação significativa entre estilos de humor negativos, como o sarcástico, o cínico, o satírico e o irónico e valores extrínsecos como a segurança, o poder e a tradição.

## Metodologia

De acordo com a tipologia sugerida por Montero e León (2007) podemos considerar que o presente estudo é do tipo *ex post facto* prospetivo, já que o mesmo consiste na avaliação da relação e associação entre as respetivas variáveis.

### Participantes

Foram inquiridos 767 participantes neste estudo tendo, mais tarde, sido eliminados 12 participantes por terem menos de 18 anos de idade. Para a seleção dos participantes foram tidos em conta os seguintes critérios de inclusão: indivíduos com idade compreendida entre os 18 e os 65 anos, de nacionalidade portuguesa, sendo por isso excluídos indivíduos com idade inferior a 18 anos e superior a 65 anos, bem como indivíduos de outras nacionalidades, sem perturbação mental.

Deste modo, a amostra do presente estudo é composta por um total de 755 indivíduos, com idades compreendidas entre os 18 e os 88 anos ( $M = 32.78$ ;  $DP = 15.68$ ), sendo a amostra composta quase na totalidade por indivíduos de nacionalidade portuguesa (94.7%).

Na tabela 1 são caracterizada os participantes deste estudo. A amostra é constituída na maioritariamente por “jovens adultos”. Existem mais participantes do sexo feminino do que do sexo masculino, sendo o primeiro mais representativo. No que respeita à escolaridade, a amostra é bastante heterogénea, podendo esta ser dividida em três grandes grupos: os que concluíram o ensino básico, os que concluíram o ensino secundário e os que concluíram formação no ensino superior, estando o ensino secundário mais representativo.

*Tabela 1.* Características Sociodemográficas dos participantes.

Variáveis sociodemográficas		N	%
Idade	Jovem Adulto (18-29 anos)	412	54.6
	Adulto (30-59 anos)	290	38.4
	Sénior ( $\geq$ 60 anos)	52	6.9
Sexo	Feminino	512	67.8
	Masculino	241	31.9
Escolaridade	1º ceb	26	3.4
	2º ceb	29	3.8
	3º ceb	65	8.6
	Ensino secundário	420	55.6
	Licenciatura	172	22.8
	Mestrado	22	2.9
	Doutoramento	4	0.5

É, deste modo, possível inferir, tendo em conta a tipologia de caracterização da amostra, que estamos perante uma amostra intencional não probabilística de conveniência (Almeida & Freire, 2008) podendo, assim, serem produzidas estimativas que não correspondem às frequências existentes na população portuguesa (Pais-Ribeiro, 2010), já que foram incluídos no estudo sujeitos sem ter em conta a distribuição da população normativa portuguesa.

## **Instrumentos**

### **Questionário sociodemográfico.**

Este questionário foi desenvolvido e utilizado com o intuito caracterizar a amostra em relação a variáveis sociodemográficas e socioculturais dos participantes. Integra questões dirigidas aos participantes relativas à sua idade, sexo, ano de escolaridade e estado civil, bem como questões ligadas às figuras paternas como as habilitações literárias, estatuto profissional e constituição do agregado familiar.

### **Estilos de Humor: Comic Styles Markers.**

O *Comic Styles Markers* (CSM; Ruch et al., 2018b) é um questionário de autorrelato, na sua versão revista, composto por 48 itens que procura capturar os oito tipos de estilos identificados pelos autores, a nomear diversão, humor, absurdo, sagacidade, ironia, sátira, sarcasmo e cinismo. A versão alemã deste questionário apresentou uma consistência interna

que varia entre .66 e .89, sendo que a maior parte dos estilos se encontravam acima de .80 indicando, assim, uma consistência interna favorável (Ruch et al., 2018a).

O questionário é preenchido através de uma escala tipo *Likert* de sete pontos em que 1 corresponde a “discordo fortemente” e 7 corresponde a “concordo fortemente”, cada tipo de estilo é avaliado em seis itens.

Assim, o questionário é composto por 8 subescalas, cada uma correspondente a um estilo de humor. A subescala Diversão é composta pelos itens 1, 9, 17, 25, 33 e 41. A subescala Ironia é composta pelos itens 2, 10, 18, 26, 34 e 42. A subescala Sagacidade é composta pelos itens 3, 11, 19, 27, 35 e 43. A subescala Sarcasmo é composta pelos itens 4, 12, 20, 28, 36 e 44. A subescala Humor é composta pelos itens 5, 13, 21, 29, 37 e 45. A subescala Sátira é composta pelos itens 6, 14, 22, 30, 38 e 46. A subescala Absurdo é composta pelos itens 7, 15, 23, 31, 39 e 47. Finalmente, a subescala Cinismo é composta pelos itens 8, 16, 24, 32, 40 e 48.

#### **Valores: Twenty Item Value Inventory.**

O *Twenty Item Value Inventory* (TwTI; Sandy et al., 2012) é composto por vinte itens que medem os dez valores motivacionais teorizados por Schwartz (Schwartz, 2012). A cada valor (autodirecionamento, estimulação, hedonismo, realização, poder, segurança, conformidade, tradição, benevolência e universalismo) estão associados dois itens.

O questionário é do tipo *Likert*, de seis pontos em que 1 corresponde a “não é nada parecido comigo” e 6 corresponde a “muito parecido comigo”.

Assim, o questionário é composto por dez subescalas, cada uma com dois itens. A subescala Conformidade é composta pelos itens 1 e 11. A subescala Tradição é composta pelos itens 2 e 12. A subescala Benevolência é composta pelos itens 3 e 13. A subescala Universalismo é composta pelos itens 4 e 14. A subescala Autodirecionamento é composta pelos itens 5 e 15. A subescala Estimulação é composta pelos itens 6 e 16. A subescala Hedonismo é composta pelos itens 7 e 17. A subescala Realização é composta pelos itens 8 e 18. A subescala Poder é composta pelos itens 9 e 19. Finalmente, a subescala Segurança é composta pelos itens 10 e 20.

## **Procedimentos**

### **Recolha de dados.**

O processo de recolha de dados decorreu entre os meses de novembro de 2018 e maio de 2019, tendo-se recorrido aos estudantes da Universidade Lusíada – Norte (Porto), bem como aos familiares e amigos dos estudantes da Licenciatura em Psicologia e do Mestrado em Psicologia Clínica desta mesma universidade.

Todos os participantes, aquando da sua participação no presente estudo, assinaram um consentimento informado onde se salvaguardava os princípios de anonimato e confidencialidade do estudo bem como a possibilidade de desistência a qualquer momento. Pode-se, assim, afirmar que a participação dos inquiridos neste estudo foi voluntária e que o mesmo cumpre os princípios da Declaração de Helsínquia, princípios éticos, redigidos pela Associação Médica Mundial, que regem a pesquisa realizada com seres humanos.

### **Análise de dados.**

Depois de recolhidos os questionários distribuídos, procedeu-se ao tratamento estatístico, realizado através do programa Statistic Package for Social Sciences (SPSS).

No decorrer do período de recolha de dados foi criada uma base de dados no programa IBM SPSS para o Windows versão 23, com o intuito de posterior utilização para tratamento dos mesmos.

Após a recolha completa dos dados, estes foram introduzidos nesta base de dados, tendo em consideração as características sociodemográficas dos sujeitos da amostra presentes no questionário sociodemográfico, bem como os restantes questionários utilizados em estudo: Comic Styles Markers (CSM; Heintz, Platt, Wagner, & Proyer, 2018b) e Twenty Item Value Inventory (TwIVI; Sandy, Gosling, Schwartz & Koelkebeck, 2016), anteriormente descritos.

Para caracterização da amostra recorreu-se à estatística descritiva que, de acordo com Martins (2011), é a que permite descrever sumariamente um conjunto de dados. Para tal recorreu-se à análise das medidas de tendência central, como é o caso da média e da moda, e medidas de dispersão, nomeadamente o desvio-padrão e as frequências, bem como a análise de confiabilidade dos questionários, através da análise do valor de *alpha*.

De seguida, procedeu-se à estatística inferencial. Realizou-se o teste T-student para amostras independentes de forma a averiguar se existem diferenças entre os sexos ao nível dos estilos de humor e dos valores.

De seguida, procedeu-se à realização do teste de associação do coeficiente de correlação de *Pearson*, que permite quantificar a força e direção da relação linear entre duas variáveis (Martins, 2011). Os valores da força de uma relação pode, variar entre -1 e 1, sendo que se consideram baixos quando se situam entre .01 e .25, moderados quando situados entre .25 e .50, consideráveis quando se situam entre .50 e .75, e altos quando situados entre .75 e 1. Assim, quando duas variáveis não se correlacionam entre si, o valor da correlação é 0 e quando se correlacionam totalmente, o valor é igual a 1 (Espírito-Santo & Daniel, 2017). Através deste teste foram medidas as correlações entre as diferentes subescalas do humor e dos valores.

## Resultados

Apresentamos, em primeiro lugar, os resultados que respeitam à consistência interna dos questionários utilizados, estudada através do índice do *Alpha de Cronbach*. A análise realizada indica-nos o nível de confiança no significado da medida e dizer que esta é fiável e consistente. Podemos, assim, afirmar que o TwIVI apresenta uma consistência muito boa ( $\alpha = .81$ ) e o CSM apresenta uma consistência excelente ( $\alpha = .943$ ).

### Diferenças entre sexos ao nível dos estilos de humor e valores

Tendo em conta o teste de diferenças realizado com o questionário CSM, é possível verificar que existem diferenças estatisticamente significativas entre o sexo feminino e masculino, no que respeita aos estilos de humor (tabela 2).

Tabela 2. Resultados do teste de diferenças dos estilos de humor em função do sexo.

Estilos de Humor	Feminino (n=507)		Masculino (n=236)		p
	M	DP	M	DP	
Diversão	4.49	1.13	4.69	1.19	0.033*
Ironia	4.12	1.06	4.24	1.09	0.156
Sagacidade	4.46	0.99	4.69	1.04	0.004*
Sarcasmo	2.87	1.04	3.34	1.13	0.000*
Humor	4.49	1.01	4.69	1.06	0.013*
Sátira	3.77	1.04	4.28	1.09	0.000*
Absurdo	4.16	1.16	4.39	1.22	0.14
Cinismo	2.92	1.00	3.36	1.09	0.000*

\* $p < .05$

Atentando na tabela apresentada, é perceptível que os participantes do sexo masculino, em média, apresentam pontuações mais elevadas em todas as subescalas do questionário.

Por conseguinte, estamos perante diferenças de médias significativas entre os dois grupos de comparação no que toca aos estilos diversão, sagacidade, sarcasmo, humor, sátira, e cinismo, significando, assim, que os participantes do sexo masculino apresentam pontuações significativamente mais elevadas nas dimensões mencionadas.

Da mesma forma, foram verificadas diferenças estatisticamente significativas entre o sexo feminino e masculino tendo em conta o teste de diferenças realizado com o TwIVI, no que respeita aos valores.

Os participantes do sexo feminino, em média, apresentam pontuações mais elevadas em valores como conformidade, benevolência, universalismo, autodirecionamento, hedonismo e segurança, enquanto que, os participantes do sexo masculino, em média, apresentam resultados mais elevados nos valores tradição, estimulação, realização e poder (tabela 3).

*Tabela 3.* Resultados do teste de diferenças dos valores em função do sexo.

Valores	Feminino (n=502)		Masculino (n=232)		<i>p</i>
	M	DP	M	DP	
Conformidade	4.91	0.83	4.69	0.92	0.002*
Tradição	3.43	1.22	3.51	1.16	0.393
Benevolência	4.99	0.81	4.59	0.81	0.000*
Universalismo	5.26	0.72	4.87	0.92	0.000*
Autodirecionamento	4.79	0.80	4.66	0.85	0.035*
Estimulação	3.72	1.19	3.85	1.14	0.175
Hedonismo	4.57	1.07	4.44	1.05	0.129
Realização	4.26	1.14	4.37	1.03	0.214
Poder	3.08	1.21	3.57	1.09	0.000*
Segurança	4.71	0.85	4.54	0.94	0.018*

\**p* < .05

### **Associação entre estilos de humor e valores**

Através da análise das correlações de *Pearson* realizadas, é possível afirmar que existem evidências de correlações positivas e negativas entre ambos os construtos em estudo (tabela 4).

Tabela 4. Correlações de Pearson dos estilos de humor e dos valores.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	1	.600*	.703*	.441*	.597*	.511*	.584*	.308*	.026	-.117*	.227*	.157*	.176*	.301*	.422*	.263*	.125*	.026
2		1	.629*	.565*	.452*	.544*	.518*	.530*	.013	-.043	.118*	.098*	.139*	.307*	.321*	.280*	.217*	.028
3			1	.437*	.656*	.551*	.501*	.339*	.025	-.100*	.229*	.179*	.268*	.347*	.428*	.331*	.229*	.119*
4				1	.365*	.587*	.415*	.689*	-.195*	-.073*	-.165*	-.163*	.028	.224*	.166*	.181*	.349*	-.107*
5					1	.649*	.554*	.283*	-.027	-.173*	.218*	.153*	.186*	.247*	.342*	.194*	.094**	.053
6						1	.538*	.591*	-.088*	-.115*	.026	.046	.117*	.199*	.219*	.171*	.232*	.041
7							1	.448*	-.065	-.171*	.109*	.103*	.180*	.252*	.313*	.193*	.135*	-.048
8								1	-.221*	-.096*	-.196*	-.184*	.015	.184*	.073*	.130*	.291*	-.114*
9									1	.436*	.428*	.334*	.167*	-.087*	.074*	.206*	.017	.388*
10										1	.120*	.020	.021	-.094*	-.127*	0,58	.120*	.276*
11											1	.597*	.307*	.167*	.326*	.209*	-.070	.299*
12												1	.368*	.167*	.287*	.186*	-.094*	.389*
13													1	.484*	.488*	.425*	.308*	.313*
14														1	.621*	.409*	.331*	.121*
15															1	.452*	.221*	.191*
16																1	.478*	.238*
17																	1	.173*
18																		1

\*  $p < .01$ ; \*\*  $p < .05$

1: diversão; 2: ironia; 3: sagacidade; 4: sarcasmo; 5: humor; 6: sátira; 7: absurdo; 8: cinismo; 9: conformidade; 10: tradição; 11: benevolência;

12: universalismo; 13: autodirecionamento; 14: estimulação; 15: hedonismo; 16: realização; 17: poder; 18: segurança

O valor conformidade apresenta uma correlação negativa fraca com os estilos de humor sarcasmo,  $r = -.19$ ;  $p = .00$ , sátira,  $r = -.08$ ;  $p = .00$ , e cinismo,  $r = -.22$ ;  $p = .00$ .

O valor tradição apresenta correlações negativas com sete dos oito estilos de humor evidenciados, ainda que estas sejam fracas: diversão,  $r = -.11$ ;  $p = .00$ , sagacidade,  $r = -.10$ ;  $p = .00$ , sarcasmo,  $r = -.07$ ;  $p = .00$ , humor,  $r = -.17$ ;  $p = .00$ , sátira,  $r = -.11$ ;  $p = .00$ , absurdo,  $r = -.17$ ;  $p = .00$ , e cinismo,  $r = -.09$ ;  $p = .00$ .

O valor benevolência apresenta correlações negativas fracas com os estilos de humor sarcasmo,  $r = -.16$ ;  $p = .00$ , e cinismo,  $r = -.19$ ;  $p = .00$ . Esta dimensão apresenta, em simultâneo, correlações positivas fracas com os estilos de humor diversão,  $r = .22$ ;  $p = .00$ , ironia,  $r = .11$ ;  $p = .00$ , sagacidade,  $r = .22$ ;  $p = .00$ , humor,  $r = .21$ ;  $p = .00$ , e absurdo,  $r = .10$ ;  $p = .00$ .

Relativamente ao valor universalismo, é observável a existência de correlações positivas e negativas com os estilos de humor. São observáveis correlações negativas fracas com os estilos de humor sarcasmo,  $r = -.16$ ;  $p = .00$ , e cinismo,  $r = -.18$ ;  $p = .00$ , bem como correlações positivas fracas com os estilos de humor diversão,  $r = .15$ ;  $p = .00$ , ironia,  $r = .09$ ;  $p = .00$ , sagacidade,  $r = .17$ ;  $p = .00$ , humor,  $r = .15$ ;  $p = .00$ , e absurdo,  $r = .10$ ;  $p = .00$ .

No que respeita ao valor autodirecionamento são observáveis correlações positivas fracas com os estilos de humor diversão,  $r = .17$ ;  $p = .00$ , ironia,  $r = .13$ ;  $p = .00$ , sagacidade,  $r = .26$ ;  $p = .00$ , humor,  $r = .18$ ;  $p = .00$ , sátira,  $r = .11$ ;  $p = .00$ , e absurdo,  $r = .18$ ;  $p = .00$ .

O valor estimulação apresenta correlações positivas fracas com os estilos de humor sarcasmo,  $r = .22$ ;  $p = .00$ , humor,  $r = .24$ ;  $p = .00$ , sátira,  $r = .19$ ;  $p = .00$ , absurdo,  $r = .25$ ;  $p = .00$ , e cinismo,  $r = .18$ ;  $p = .00$ . Apresenta, ainda, correlações positivas moderadas com os estilos de humor diversão,  $r = .30$ ;  $p = .00$ , ironia,  $r = .30$ ;  $p = .00$ , e sagacidade,  $r = .34$ ;  $p = .00$ .

O valor hedonismo apresenta correlações positivas fracas com os estilos de humor sarcasmo,  $r = .16$ ;  $p = .00$ , sátira,  $r = -.21$ ;  $p = .00$ , e cinismo,  $r = .07$ ;  $p = .00$ . São, ao mesmo tempo, observáveis correlações positivas moderadas com os estilos de humor diversão,  $r = .42$ ;  $p = .00$ , ironia,  $r = .32$ ;  $p = .00$ , sagacidade,  $r = .42$ ;  $p = .00$ , humor,  $r = .34$ ;  $p = .00$ , e absurdo,  $r = .31$ ;  $p = .00$ .

O valor realização apresenta correlações positivas fracas com os estilos de humor diversão,  $r = .26$ ;  $p = .00$ , ironia,  $r = .28$ ;  $p = .00$ , sarcasmo,  $r = .18$ ;  $p = .00$ , humor,  $r = .19$ ;  $p = .00$ .

= .00, sátira,  $r = .17$ ;  $p = .00$ , absurdo,  $r = .19$ ;  $p = .00$ , e cinismo,  $r = .13$ ;  $p = .00$ . Apresenta, ainda, correlação positiva moderada com o estilo de humor sagacidade,  $r = .33$ ;  $p = .00$ .

O valor poder apresenta correlações positivas fracas com os estilos de humor diversão,  $r = .12$ ;  $p = .00$ , ironia,  $r = .21$ ;  $p = .00$ , sagacidade,  $r = .22$ ;  $p = .00$ , humor,  $r = .09$ ;  $p = .01$ , sátira,  $r = .23$ ;  $p = .00$ , absurdo,  $r = .13$ ;  $p = .00$ , e cinismo,  $r = .29$ ;  $p = .00$ , bem como correlações positivas moderadas com o estilo de humor sarcasmo,  $r = .34$ ;  $p = .00$ .

Finalmente, o valor segurança apresenta correlações negativas fracas com os estilos de humor sarcasmo,  $r = -.10$ ;  $p = .00$ , e cinismo,  $r = -.11$ ;  $p = .00$ , assim como correlação positiva fraca com o estilo de humor sagacidade,  $r = .11$ ;  $p = .00$ .

### **Diferenças entre sexos na associação entre estilos de humor e valores**

Paralelamente às associações encontradas entre os estilos de humor e os valores, através da análise das correlações de *Pearson* realizadas, é , também, possível afirmar que existem evidências de correlações positivas e negativas entre ambos os construtos em estudo em função do sexo do participante (tabela 5).

Tabela 5. Correlações de Pearson dos estilos de humor e dos valores em função do sexo.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
Masculino	1	1	.680*	.741*	.529*	.706*	.577*	.681*	.405*	-.005	-.220*	.248*	.064	.108	.278*	.443*	.267*	.162**	-.019
	2		1	.694*	.612*	.585*	.586*	.581*	.605*	-.063	-.049	.109	-.014	.028	.249*	.304*	.223*	.221*	.022
	3			1	.487*	.758*	.622*	.591*	.425*	.064	-.146*	.294*	.116	.230*	.242*	.449*	.389*	.258*	.096
	4				1	.445*	.543*	.521*	.736*	-.245*	-.148*	-.155*	-.230*	-.059	.104	.166**	.132**	.265*	-.169*
	5					1	.749*	.659*	.391*	-.033	-.267*	.243*	.107	.126	.204*	.381**	.234*	.113	.008
	6						1	.606*	.571*	-.101	-.243*	.110	.074	.103	.121	.267*	.170*	.176*	.072
	7							1	.503*	-.081	-.293*	.113	.029	.148**	.224*	.334*	.202*	.149**	-.063
	8								1	-.304*	-.197*	-.174*	-.244*	-.066	.070	.063	.050	.196*	-.142**
	9									1	.466*	.459*	.358*	.190*	-.092	.105	.267*	.120	.422*
	10										1	.173*	.067	.116	-.011	-.088	.073	.178*	.297*
	11											1	.606*	.317*	.208*	.343*	.288*	.094	.347*
	12												1	.374*	.204*	.305*	.190*	-.019	.393*
	13													1	.447*	.491*	.525*	.338*	.371*
	14														1	.614*	.370*	.303*	.179*
	15															1	.467*	.214*	.239*
	16																1	.497*	.259*
	17																	1	.286*
	18																		
Feminino	1	1	.557*	.682*	.384*	.537*	.473*	.529*	.241*	.056	-.073	-.253*	.251*	.223*	.310*	.423*	.257*	.095**	.063
	2		1	.597*	.544*	.384*	.528*	.482*	.490*	.059	-.045	-.143*	.191*	.203*	.331*	.335*	.301*	.208*	.039
	3			1	.396*	.599*	.505*	.449*	.274*	.025	-.084	-.245*	.265*	.303*	.392*	.433*	.306*	.197*	.145*
	4				1	.309*	.581*	.348*	.642*	-.139*	-.050	-.112**	-.057	.099**	.275*	.190*	.196*	.353*	-.047
	5					1	.597*	.495*	.209*	-.006	-.134*	-.250*	.224*	.230*	.264*	.336*	.175*	.066	.090**
	6						1	.496*	.573*	-.044	-.073	-.065	.120*	.157*	.227*	.225*	.164*	.208*	.057
	7							1	.407*	-.043	-.123*	-.142*	.188*	.209*	.260*	.313*	.184*	.109**	-.029

8	1	-.150*	-.063	-.153*	-.086	.083	.230*	.098**	.155*	.295*	-.075
9		1	.431*	.389*	.294*	.145*	-.079	.046	.186*	.003	.361*
10			1	.106**	.006	-.020	-.133*	-.145*	.047	.092**	.272*
11				1	.565*	.291*	.172*	.310*	.196*	-.080	.259*
12					1	.355*	.174*	.273*	.211*	-.073	.376*
13						1	.511*	.484*	.393*	.327*	.275*
14							1	.630*	.425*	.337*	.099**
15								1	.452*	.245*	.160*
16									1	.475*	.240*
17										1	.150*
18											1

\*  $p < .01$ ; \*\* $p < .05$

1: diversão; 2: ironia; 3: sagacidade; 4: sarcasmo; 5: humor; 6: sátira; 7: absurdo; 8: cinismo; 9: conformidade; 10: tradição; 11: benevolência;

12: universalismo; 13: autodirecionamento; 14: estimulação; 15: hedonismo; 16: realização; 17: poder; 18: segurança

No que respeita ao sexo masculino, foram encontradas correlações positivas e negativas entre os valores e os estilos de humor, ainda que com intensidades fraca e moderada.

O valor conformidade apresenta uma correlação negativa fraca com o estilo de humor sarcasmo,  $r = -.24$ ;  $p = .00$ , assim como uma correlação negativa moderada com o estilo de humor cinismo,  $r = -.30$ ;  $p = .00$ .

O valor tradição apresenta correlações negativas fracas com os estilos de humor diversão,  $r = -.22$ ;  $p = .00$ , sagacidade,  $r = -.14$ ;  $p = .00$ , sarcasmo,  $r = -.14$ ;  $p = .00$ , humor,  $r = -.26$ ;  $p = .00$ , sátira,  $r = -.24$ ;  $p = .00$ , absurdo,  $r = -.29$ ;  $p = .00$ , e cinismo,  $r = -.19$ ;  $p = .00$ .

O valor benevolência apresenta correlações negativas fracas com os estilos de humor sarcasmo,  $r = -.15$ ;  $p = .00$ , e cinismo,  $r = -.17$ ;  $p = .00$ . Foram, ainda, encontradas correlações positivas fracas com os estilos de humor ironia,  $r = .24$ ;  $p = .00$ , sagacidade,  $r = .29$ ;  $p = .00$ , e humor,  $r = .24$ ;  $p = .00$ .

O valor universalismo apresenta correlações negativas fracas com os estilos de humor sarcasmo,  $r = .23$ ;  $p = .00$ , e cinismo,  $r = .24$ ;  $p = .00$ .

O valor autodirecionamento apresenta correlações positivas fracas com os estilos de humor sagacidade,  $r = .23$ ;  $p = .00$ , e absurdo,  $r = .14$ ;  $p = .00$ .

O valor estimulação apresenta correlações positivas fracas com os estilos de humor diversão,  $r = .27$ ;  $p = .00$ , ironia,  $r = .24$ ;  $p = .00$ , sagacidade,  $r = .24$ ;  $p = .00$ , e absurdo,  $r = .22$ ;  $p = .00$ .

O valor hedonismo apresenta correlações positivas fracas com os estilos de humor sarcasmo,  $r = .16$ ;  $p = .01$ , e sátira,  $r = .26$ ;  $p = .00$ . Ao mesmo tempo, apresenta correlações positivas moderadas com os estilos de humor diversão,  $r = .44$ ;  $p = .00$ , ironia,  $r = .30$ ;  $p = .00$ , sagacidade,  $r = .44$ ;  $p = .00$ , humor,  $r = .38$ ;  $p = .01$ , e absurdo,  $r = .33$ ;  $p = .00$ .

O valor hedonismo apresenta correlações positivas fracas com os estilos de humor diversão,  $r = .26$ ;  $p = .00$ , ironia,  $r = .22$ ;  $p = .00$ , sarcasmo,  $r = .13$ ;  $p = .01$ , humor,  $r = .23$ ;  $p = .00$ , sátira,  $r = .17$ ;  $p = .00$ , e absurdo,  $r = .20$ ;  $p = .00$ . É, também, observável a existência de uma correlação positiva moderada com o estilo de humor sagacidade,  $r = .38$ ;  $p = .00$ .

O valor poder apresenta correlações positivas fracas com os estilos de humor diversão,  $r = .16$ ;  $p = .01$ , sagacidade,  $r = .25$ ;  $p = .00$ , sarcasmo,  $r = .26$ ;  $p = .26$ , sátira,  $r = .17$ ;  $p = .00$ , absurdo,  $r = .14$ ;  $p = .01$ , e cinismo,  $r = .19$ ,  $p = .00$ .

Finalmente, o valor segurança, apresenta correlações negativas fracas com os estilos de humor sarcasmo,  $r = -.16$ ;  $p = .00$ , e cinismo,  $r = -.14$ ;  $p = .01$ .

Por sua vez, no que respeita ao sexo feminino, foram encontradas correlações positivas e negativas entre os valores e os estilos de humor, de intensidade fraca a moderada.

O valor conformidade apresenta correlações negativas fracas com os estilos de humor sarcasmo  $r = -.13$ ;  $p = .00$ , e cinismo,  $r = -.15$ ;  $p = .00$ .

O valor tradição apresenta correlações negativas fracas com os estilos humor,  $r = -.13$ ;  $p = .00$ , e absurdo,  $r = -.12$ ;  $p = .00$ .

O valor benevolência apresenta correlações negativas fracas com os estilos de humor diversão,  $r = -.25$ ;  $p = .00$ , ironia,  $r = -.14$ ;  $p = .00$ , sagacidade,  $r = -.24$ ;  $p = .00$ , sarcasmo,  $r = -.11$ ;  $p = .00$ , humor,  $r = -.25$ ;  $p = .00$ , absurdo,  $r = -.14$ ;  $p = .00$ , e cinismo,  $r = .15$ ;  $p = .00$ .

O valor universalismo apresenta correlações positivas fracas com os estilos de humor diversão,  $r = .25$ ;  $p = .00$ , ironia,  $r = .19$ ;  $p = .00$ , sagacidade,  $r = .26$ ;  $p = .00$ , humor,  $r = .26$ ;  $p = .00$ , sátira,  $r = .12$ ;  $p = .00$ , e absurdo,  $r = .18$ ;  $p = .00$ .

O valor autodirecionamento apresenta correlações positivas fracas com os estilos de humor diversão,  $r = .22$ ;  $p = .00$ , ironia,  $r = .20$ ;  $p = .00$ , sarcasmo,  $r = .09$ ;  $p = .00$ , humor,  $r = .23$ ;  $p = .00$ , sátira,  $r = .15$ ;  $p = .00$ , e absurdo,  $r = .20$ ;  $p = .00$ . É, ainda, observável a existência de uma correlação positiva moderada com o estilo de humor sagacidade,  $r = .30$ ;  $p = .00$ .

O valor estimulação apresenta correlações positivas com os estilos de humor sarcasmo,  $r = .27$ ;  $p = .00$ , humor,  $r = .26$ ;  $p = .00$ , sátira,  $r = .27$ ;  $p = .00$ , absurdo,  $r = .26$ ;  $p = .00$ , e cinismo,  $r = .23$ ;  $p = .00$ . Ao mesmo tempo, são encontradas correlações positivas moderadas com os estilos de humor diversão,  $r = .31$ ;  $p = .00$ , ironia,  $r = .33$ ;  $p = .00$ , e sagacidade,  $r = .39$ ;  $p = .00$ .

O valor hedonismo apresenta correlações positivas fracas com os estilos de humor sarcasmo,  $r = .19$ ;  $p = .00$ , humor,  $r = .22$ ;  $p = .00$ , e cinismo,  $r = .09$ ;  $p = .01$ . São, ainda, observáveis, correlações positivas moderadas com os estilos de humor diversão,  $r = .42$ ;  $p =$

.00, ironia,  $r = .33$ ;  $p = .00$ , sagacidade,  $r = .43$ ;  $p = .00$ , humor,  $r = .33$ ;  $p = .00$ , e absurdo,  $r = .33$ ;  $p = .00$ .

O valor realização apresenta correlações positivas fracas com os estilos de humor diversão,  $r = .25$ ;  $p = .00$ , sarcasmo,  $r = .19$ ;  $p = .00$ , humor,  $r = .17$ ;  $p = .00$ , sátira,  $r = .16$ ;  $p = .00$ , absurdo,  $r = .18$ ;  $p = .00$ , e cinismo,  $r = .15$ ;  $p = .00$ . Apresenta, ainda, correlações positivas moderadas com os estilos de humor ironia,  $r = .30$ ;  $p = .00$ , e sagacidade,  $r = .30$ ;  $p = .00$ .

O valor poder apresenta correlações positivas fracas com os estilos de humor diversão,  $r = .09$ ;  $p = .01$ , ironia,  $r = .20$ ;  $p = .00$ , sagacidade,  $r = .19$ ;  $p = .00$ , sátira,  $r = .20$ ;  $p = .00$ , absurdo,  $r = .10$ ;  $p = .01$ , e cinismo,  $r = .29$ ;  $p = .00$ . Apresenta, também, correlação positiva moderada com o estilo de humor sarcasmo,  $r = .35$ ;  $p = .00$ .

Por fim, o valor segurança, apresenta correlações positivas fracas com os estilos de humor sagacidade,  $r = .14$ ;  $p = .00$ , e humor,  $r = .09$ ;  $p = .00$ .

## Discussão dos Resultados

O principal objetivo da presente investigação consistiu em verificar se os estilos de humor e os valores estavam correlacionados em indivíduos da comunidade. Adicionalmente, foram, ainda, analisadas se existiriam diferenças ao nível dos estilos de humor e valores tendo em conta o sexo dos nossos participantes. Este estudo revela-se fulcral para o objetivo da psicologia, na medida em esta, enquanto ciência, procura compreender e justificar os processos psicológicos envolvidos no comportamento humano. Ao mesmo tempo, apesar de existir um vasto campo de investigação relativamente a estas duas variáveis isoladamente, poucos são os estudos que analisam a complementaridade e relação entre estes construtos que, parecem ter influência no bem-estar subjetivo do indivíduo, apesar da sua génese ser bastante distinta (Edwards & Martin, 2010; Morrison & Weckroth, 2017; Ruch et al., 2018a). Assim, espera-se que este estudo possa contribuir positivamente para a investigação no âmbito da psicologia clínica, e em particular para alargar a compreensão no âmbito do bem-estar subjetivo.

No que respeita ao estudo das diferenças entre sexos relativamente aos estilos de humor, foi possível verificar que existem diferenças entre os grupos em comparação.

Martin e colaboradores (2003), relativamente à teoria de estilos de humor sugerida pelos autores, sugerem que os homens apresentam *scores* mais elevados em todas as subescalas de humor. Ainda que a tipologia utilizada neste estudo não seja a mesma, foi verificado o mesmo padrão de resultados, isto é, em todas as subescalas os participantes do sexo masculino obtiveram pontuações mais elevadas, ainda que nem todas apresentassem diferenças estatisticamente significativas.

Ainda segundo Martin e colaboradores (2003), verificou-se que os homens têm, também, a tendência para a valorização de estilos de humor agressivos recorrendo à utilização do sarcasmo, ridicularização e humilhação.

Ora, se atentarmos na tipologia utilizada neste estudo e, conseqüentemente, nos resultados obtidos pelo mesmo, é perceptível uma grande diferença nas pontuações obtidas pelos participantes do sexo masculino e feminino nas subescalas sarcasmo e sátira, tendo o homem obtido nestas dimensões pontuações consideravelmente mais elevadas que as mulheres. Atentando na definição destas duas dimensões do humor, observa-se que, pese embora os participantes do sexo masculino terem obtido pontuações mais elevadas em todas

as dimensões, estes parecem valorizar a utilização de estilos de humor mais agressivos, caracterizados pela agressividade, através da deteção das fraquezas dos outros e da sociedade em geral, bem como o recurso a palavras e comentários cruéis com o objetivo de provocar uma reação ofensiva e mágoa a quem se dirige.

Deste modo, tendo em conta os resultados obtidos, é possível inferir que, tendencialmente, o nosso estudo suporta resultados reportados anteriormente, de que os homens valorizam mais o recurso a estilos de humor cómicos que as mulheres e, simultaneamente, apresentam uma tendência para a utilização de estilos de humor mais agressivos, tal como constatado anteriormente (Martin et al., 2003).

Da mesma forma, relativamente ao estudo das diferenças entre sexos no que respeita aos valores dos participantes, é perceptível que existem diferenças entre os valores a que homens e mulheres atribuem maior importância.

Tal como Schwartz e Rubel (2005) sugerem, também neste estudo, foi verificado que as mulheres apresentam pontuações mais elevadas nos valores benevolência, universalismo e segurança, o que sugere que, tendencialmente, valorizam maioritariamente valores associados à autotranscendência e ao conservadorismo. Ao contrário do que os autores sugeriam, neste estudo, os valores autodirecionamento e hedonismo estão representados, em maior escala, pelos participantes do sexo feminino significando, assim, que estes participantes, apresentam alguns valores associados à autopromoção e abertura à mudança. Finalmente, as mulheres apresentam, também, pontuações mais elevadas no valor conformidade sugerindo, mais uma vez, a tendência para valorizarem valores associados ao conservadorismo.

Ora, se analisarmos estes dados, à luz das expectativas sociais que, desde cedo, são inculcadas em crianças e jovens do sexo masculino e feminino, percebemos que a grande maioria dos participantes do sexo feminino, cumpre com o que é socialmente esperado de si já que, desde cedo que, é transmitida às meninas a ideia de que devem ser mais recatadas e preocupadas com os outros (Wingrave, 2018). Neste sentido, se atentarmos na definição dos principais valores onde as mulheres apresentam pontuações mais elevadas, conformidade, benevolência, universalismo e segurança, percebemos que, essencialmente, os participantes parecem cumprir com o que é socialmente esperado de si, procurando não violar as expectativas ou normas sociais, preservando o bem-estar dos que as rodeiam, promovendo a igualdade e a justiça social, assim como a proteção, a harmonia e a estabilidade social (Wingrave, 2018). Não obstante, existem também, as que tendem a não cumprir com o que é

socialmente esperado representado neste estudo, pelas pontuações elevadas no autodirecionamento e hedonismo, valores associados à excitação e procura da novidade, bem como a procura de sucesso pessoal, que Schwartz e Rubel (2005) sugeriam estarem associados a homens.

No que respeita aos participantes do sexo masculino, verifica-se que, tal como Schwartz e Rubel (2005) sugerem, estes apresentam pontuações mais elevadas em estimulação, realização e poder, valores associados à abertura à mudança e autopromoção. Não obstante, os homens apresentam, também, valores mais elevados no valor tradição, valor tendencialmente associado ao conservadorismo.

Atentando na definição de cada um dos valores em que os homens apresentam pontuações mais elevadas, e analisando estes resultados à luz das expectativas sociais, observamos que os valores estimulação, realização e poder estão, essencialmente, associados à procura da novidade, desafio, excitação e sucesso. Deste modo, é possível perceber que estes valores estão tendencialmente associados ao modo como a sociedade espera que os meninos e, conseqüentemente, os homens ajam e se comportem, a quem é esperado que estejam sempre ativos, a descobrir novas formas de brincar e testar os seus limites, procurando chegar ao final de todos os seus novos desafios como vencedores (Wingrave, 2018). Não obstante, o valor tradição está associado ao conservadorismo e, conseqüentemente, ao respeito, compromisso e aceitação dos costumes e ideias sociais ou religiosas representado, assim, os homens que desenvolvem algum tipo de devoção a algo mais abstrato, como por exemplo, a devoção a uma religião, a valorização dos costumes e ideias de uma cultura ou, ainda, a afeição a um determinado desporto ou atividade (Wingrave, 2018).

Em suma, percebe-se que, à luz da teoria dos valores de Schwartz, os nossos resultados parecem ir de encontro ao sugerido por outros investigadores (Schwartz & Rubel, 2005). Assim, verificamos que as mulheres parecem valorizar, essencialmente, valores associados à ajuda a terceiros, comportamentos normativos de promoção dos relacionamentos próximos, bem como à proteção da ordem e da harmonia nas relações e o controlo ou evitamento da ameaça através dos recursos disponíveis, muito associados à autotranscendência e ao conservadorismo. Por outro lado, os homens valorizam, de modo geral, valores associados à superioridade e estima sociais, comportamentos de promoção dos relacionamentos mais próximos, devoção e/ou subordinação a algo abstrato, assim como o

evitamento ou controlo da ameaça através da mobilização dos recursos disponíveis, bastante associados à abertura à mudança e autopromoção.

No entanto, estes resultados devem ser analisados com cautela considerando a discrepância entre o número de participantes do sexo feminino e masculino neste estudo. É também importante ressaltar que estes resultados apresentam uma grande carga subjetiva, já que, tal como referido anteriormente, os valores dependem do meio sociocultural onde cada indivíduo está inserido e, conseqüentemente, pela importância que cada indivíduo atribui aos valores. Deste modo, depreende-se que, embora existam diferenças nos valores tendo em conta o sexo do participante, para uma maior robustez nos resultados seria necessário analisá-los com um maior número de participantes e tendo em conta diversas variáveis associadas às características intrínsecas de cada um.

Outra dimensão averiguada prendeu-se com o estudo da relação entre valores e estilos de humor cómicos. No que respeita ao estudo da relação entre estilos de humor e valores, o presente estudo mostra que, ainda que a intensidade das associações não seja forte, existe associação entre as subescalas dos estilos de humor e as subescalas dos valores.

Tal como a literatura sugeria, estilos de humor positivos e valores intrínsecos estão associados a uma maior satisfação com a vida e maior bem-estar subjetivo ao passo que estilos de humor negativos e valores extrínsecos se associam a uma menor satisfação com a vida e menor bem-estar subjetivo (Edwards & Martin, 2010; Morrison & Weckroth, 2017; Ruch et al., 2018a). De acordo com o esperado, foram encontradas associações fracas e moderadas entre os estilos de humor positivos, como é o caso dos estilos diversão, humor, absurdo e sagacidade, e os valores intrínsecos, como é o caso dos valores autodirecionamento, hedonismo e estimulação. Se atentarmos na definição previamente descrita de todas estas subescalas, percebemos que as subescalas consideradas no humor positivo incluem a utilização de humor associado ao bom companheirismo, simpatia, exposição do ridículo no sentido puro sem ferir terceiros e, ainda, brincadeira de palavras e pensamentos; do mesmo modo, da análise das subescalas dos valores, é perceptível que as subescalas integradas nos valores intrínsecos envolvem a criatividade e liberdade, a demonstração da competência do indivíduo e a procura de sucesso, bem como a procura da novidade e excitação (Schwartz, 1992, 2006, 2010, 2012). Assim, infere-se que a relação demonstrada entre as subescalas referidas se pode dever ao facto de maiores pontuações nestas subescalas estarem associadas a maiores níveis de bem-estar subjetivo, já que todas estão

associadas ao desenvolvimento e manutenção de competências psicossociais vantajosas ao funcionamento normativo do indivíduo (Vladislavljevic & Mentus, 2018).

Ao mesmo tempo, foram encontradas correlações negativas entre os valores associados ao conservadorismo, conformidade, tradição e segurança, e os estilos de humor sarcasmo e cinismo, o que significa que pontuações elevadas numa das subescalas está associada a pontuações baixas em outra. Ora, se atentarmos na definição de cada uma destas subescalas percebe-se que os valores conformidade, tradição e segurança estão associados à contenção de ações que possam incomodar terceiros, ao compromisso e aceitação dos costumes e ideias comumente aceites, assim como a valorização da proteção, harmonia e estabilidade da sociedade e dos relacionamentos, enquanto que as subescalas de humor sarcasmo e cinismo envolvem atitudes ou comportamentos que possam magoar terceiros, bem como a desvalorização dos valores comumente reconhecidos através da desconsideração das normas e conceitos morais (Schwartz, 1992, 2006, 2010, 2012). Assim, faz sentido que estas subescalas apresentem uma correlação negativa já que envolvem posições antagónicas e, como tal, a valorização destes valores envolve, necessariamente a desvalorização destes estilos de humor, e vice-versa.

Os valores associados à autotranscendência, como é caso do universalismo e da benevolência envolvem a compreensão, preservação e melhoria do bem-estar das pessoas mais próxima, da população em geral e/ou da natureza. Estes apresentam, simultaneamente, correlações positivas e negativas com algumas subescalas dos estilos de humor. Nomeadamente, foram encontradas correlações positivas com as subescalas de estilos de humor diversão, ironia, sagacidade, humor e absurdo, sendo que estas envolvem o bom companheirismo, a simpatia e compreensão, a brincadeira através das palavras e pensamentos, assim como a exposição do ridículo sem ferir terceiros. Deste modo, faz sentido que aqueles que têm como objetivo o desenvolvimento positivo das pessoas e das comunidades valorizem a utilização de estilos de humor positivos e neutros (Ruch et al., 2018b). Ao mesmo tempo, foram encontradas correlações negativas em ambas as subescalas com as dimensões sarcasmo e cinismo, que envolvem o recurso a palavras e comentários cruéis com o objetivo de provocar uma reação ofensiva e mágoa a que se dirige, assim como a desvalorização dos valores comumente reconhecidos. Assim, pessoas que valorizem estes estilos de humor, não podem valorizar valores como o universalismo e a benevolência já que as suas atitudes e comportamentos preconizam exatamente o oposto (Schwartz, 1992, 2006, 2010, 2012).

No que respeita aos valores associados à autopromoção, foram encontradas correlações positivas entre as dimensões poder, realização e hedonismo com as subescalas diversão, ironia, sagacidade, humor, sátira, absurdo e cinismo. Este conjunto de valores está essencialmente associado à procura da novidade, excitação, estatuto e prestígio sociais, assim como sucesso pessoal, enquanto que os estilos de humor mencionados envolvem o bom companheirismo, a brincadeira através de atitudes e pensamentos, a simpatia e compreensão, a agressividade, a exposição do ridículo e a utilização de palavras e comentários cruéis com o objetivo de provocar uma reação ofensiva e mágoa a que se dirige. Assim, os valores associados à autopromoção parecem estar associados quer com estilos de humor mais leves como com estilos de humor mais agressivos.

Finalmente, no que respeita aos valores associados à abertura à mudança, como é o caso da estimulação e do autodirecionamento, foram encontradas correlações positivas com as subescalas diversão, ironia, sagacidade, humor, sátira e absurdo. Ora, este conjunto de valores envolve está ligado à excitação, novidade, desafios, criatividade e liberdade, enquanto que os estilos de humor referidos envolvem o bom companheirismo, a simpatia e compreensão, a brincadeira através das palavras e pensamentos, assim como a exposição do ridículo sem ferir terceiros, podendo envolver alguma agressividade. Assim, pessoas que parecem estar constantemente à procura do seu novo desafio assumem, ao mesmo tempo, estilos de humor leves e positivos.

Em suma, depreende-se que existe uma relação entre os valores humanos e os estilos de humor que, a um nível mais abstrato, poderão estar envolvidos com o bem-estar subjetivo de cada indivíduo e, conseqüentemente, a qualidade de vida e o funcionamento normativo dos sujeitos.

### **Limitações do estudo**

Naturalmente, este estudo não está isento de limitações, pelo que estas serão agora exploradas.

A primeira limitação prende-se com a área geográfica, isto é, os dados reportam-se apenas a indivíduos da zona norte do país, sendo que os resultados obtidos seriam mais robustos se a totalidade da amostra fosse representativa das características da população portuguesa.

Ao mesmo tempo, apesar de a amostra considerada em estudo ser relevante, é notório que foram incluídas neste estudo mais mulheres que homem o que, conseqüentemente, pode ter tido impacto nos resultados obtidos. Torna-se, assim, evidente a necessidade de maior balanceamento do sexo dos participantes.

Relativamente aos instrumentos mobilizados, uma limitação prende-se com o facto de o TwIVI estar a ser aferido para a população portuguesa o que pode ter condicionado os resultados, uma vez que a utilização das escalas traduzidas de outras culturas pode influenciar o conjunto dos resultados.

Adicionalmente, tal como já se constatou no presente estudo, os valores consistem numa variável complexa e bastante abstrata para a análise com recurso a um único instrumento traduzido, o que pode condicionar a mensuração da variável e, conseqüentemente, os resultados obtidos a partir do mesmo. O mesmo acontece com os estilos de humor, onde a utilização de um único instrumento para a sua análise pode condicionar os resultados obtidos.

Finalmente, a dificuldade em encontrar investigações sobre esta matéria limitou interpretações mais detalhadas e minuciosas.

### **Implicações teóricas e futuras investigações**

Neste âmbito, o presente estudo configura-se como uma das investigações iniciais sobre o estudo dos estilos de humor e dos valores, em simultâneo. Os resultados demonstram que os estilos de humor e os valores estão relacionados, embora a sua relação não tenha obtidos índices de correlação fortes.

Assim, torna-se importante a replicação de estudos como o presente, em Portugal e noutros países, no sentido de averiguar se as associações evidenciadas se replicam, já que ambos os construtos em análise parecem ter influência no bem-estar subjetivo dos indivíduos e, conseqüentemente, no comportamento humano.

Deste modo, neste estudo aponta-se para a importância de três direções futuras que permitam o desenvolvimento de uma compreensão mais ampla do ser humano:

- Introduzir mais variáveis individuais e sociodemográficas no sentido de potenciar uma compreensão mais alargada das estruturas e características psicológicas do indivíduo;
- Analisar as diferentes características do ser humano com o intuito de compreender como é que os estilos de humor e os valores se desenvolvem; e
- Introduzir outros domínios de investigação, como é o caso das virtudes, no sentido de perceber como é que os diferentes construtos influenciam o bem-estar subjetivo e a qualidade de vida dos indivíduos.

## Conclusão

O presente trabalho partiu da assunção que estilos de humor e valores, enquanto processos psicológicos complexos que subjazem o comportamento humano, apresentam uma grande influência sobre o mesmo, sendo indiscutível que ambos contribuem de modo significativo para o bem-estar dos indivíduos.

Assim, procurou-se examinar as similaridades e diferenças entre os construtos estilos de humor e valores, clarificando as suas relações teóricas e estatísticas. Ao mesmo tempo, procurou-se compreender a influência dos estilos de humor e dos valores na predição do comportamento humano, propósito último da psicologia. A presente investigação configura-se, deste modo, como importante na medida em que se questiona a diferença entre sexos nos estilos de humor e valores dos indivíduos, assim como a relação específica entre estes construtos.

Pelo exposto ao longo deste trabalho, conclui-se que homens valorizam mais o recurso a estilos de humor cómicos no seu dia-a-dia, apresentando ainda uma maior tendência para a utilização de estilos de humor mais agressivos. No que respeita aos valores, denota-se que homens e mulheres valorizam diferentes subescalas de valores, parecendo esta diferença estar de algum modo associada às expectativas sociais e papéis que se espera que homens e mulheres desempenhem na sociedade.

Finalmente, confirma-se a hipótese de que existe uma relação entre os estilos de humor e os valores. Especificamente, foram encontradas associações entre estilos de humor positivos e valores intrínsecos, bem como associações entre estilos de humor negativos e valores extrínsecos, sugerindo assim que ambos apresentam um papel importante para o bem-estar e a satisfação dos indivíduos.

Torna-se, assim, claro o contributo deste estudo para a produção científica em Portugal sobre esta temática, já que se configura como uma abordagem diferenciadas das investigações realizadas até ao momento atual, sendo um dos primeiros estudos a abordar especificamente estas variáveis.

## Referências Bibliográficas

- Almeida, L., & Freire, T. (2008). *Metodologia da investigação em Psicologia e Educação* (5ªed.). Braga: Psiquilíbrios Edições
- Berg, R. G., Parr, G., Bradley, L. J., & Berry, J. J. (2009). Humor: A therapeutic intervention for child counseling. *Journal of Creativity in Mental Health*, 4(3), 225-236. doi: 10.1080/15401380903192705
- Cieciuch, J., Davidov, E., Vecchione, M., Beierlein, C., & Schwartz, S. H. (2014). The cross-national invariance properties of a new scale to measure 19 basic human values: A test across eight countries. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 45(5), 764-776. doi: 10.1177/0022022114527348
- Craik, K. H., Lampert, M. D., & Nelson, A. J. (1996). Sense of humor and styles of everyday humorous conduct. *Humor: International Journal of Humor Research*, 9(3-4), 273-302. doi: 10.1515/humr.1996.9.3-4.273
- Daniel, E., Fortuna, K., Thrun, S., Cioban, S. & Knafo, A. (2013). Brief report: Early adolescents' value development at war time. *Journal of Adolescence*, 36, 651-655. doi:10.1016/j.adolescence.2013.03.009
- Dyck, K. T. H., & Holtzman, S. (2013). Understanding humor styles and well-being: The importance of social relationships and gender. *Personality and Individual Differences*, 55, 53-58. doi: 10.1016/j.paid.2013.01.023
- Edwards, K. R., & Martin, R. A. (2010). Humor creation ability and mental health: Are funny people more psychologically healthy?. *Europe's Journal of Psychology*, 6(3), 196-212. Retirado de: <https://ejop.psychopen.eu/article/view/213/pdf>
- Espírito-Santo, H., & Daniel, F. (2017). Calcular e apresentar tamanhos do efeito em trabalhos científicos (2): Guia para reporter a força das relações. *Revista Portuguesa de Investigação Comportamental e Social*, 3(1), 53-64. doi:10.7342/ismt.rpics.2017.3.1.48
- Eyal, T., Sagristano, M. D., Trope, Y., Liberman, N., & Craiken, S. (2009). When values matter: Expressing values in behavioral intentions for the near vs. distant future.

*Journal of Experimental Social Psychology*, 45, 35-43.

doi:10.1016/j.jesp.2008.07.023

Heintz, S., & Ruch, W. (2019). From four to nine styles: An update on individual differences in humor. *Personality and Individual Differences*, 141, 7-12.

doi:10.1016/j.paid.2018.12.008

Hodson, G., & Rush, J. (2010). A joke is just a joke (except when it isn't): Cavalier humor beliefs facilitate the expression of group dominance motives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 99(4), 660-682. doi:10.1037/a0019627

Kuiper, N., & Leite, C. (2010). Personality impressions associated with four distinct humor styles. *Scandinavian Journal of Psychology*, 51, 115-122. doi:10.1111/j.1467-9450.2009.00734.x

Martin, R. A., Puhlik-Doris, P., Larsen, G., Gray, J., & Weir, K. (2003). Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being: Development of the Humor Styles Questionnaire. *Journal of Research in Personality*, 37(1), 48-75. doi:10.1016/S0092-6566(02)00534-2

Martins, C. (2011). *Manual de análise de dados quantitativos com recurso ao IBM SPSS: Saber decidir, fazer, interpretar e redigir*. Braga: Psiquilíbrios.

Mathies, C., Chiew, T. M., & Kleinaltenkamp, M. (2016). The antecedents and consequences of humor for service: A review and directions for research. *Journal of Service Theory and Practice*, 26(1), 109-132. doi: 10.1108/JSTP-11-2014-0254

Mendiburo-Seguel, A., Páez, D., & Martínez-Sánchez, F. (2015). Humor styles and personality: A meta-analysis of the relation between humor styles and the Big Five personality traits. *Scandinavian Journal of Psychology*, 56, 335-340. doi:10.1111/sjop.12209

Montero, I., & León, O. G. (2007). A guide for naming research studies in Psychology. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 7(3), 847-862. Retirado de: [http://www.aepc.es/ijchp/GNEIP07\\_es.pdf](http://www.aepc.es/ijchp/GNEIP07_es.pdf)

Morrison, P. S., & Weckroth, M. (2017). Human values, subjective well-being and the metropolitan region. *Regional Studies*, 1-13. doi: 10.1080/00343404.2017.1331036

- Pais-Ribeiro, J. L. (2010.) *Investigação e Avaliação em Psicologia e Saúde* (2ª ed.). Lisboa: Placebo Editora
- Rnic, K., Dozois, D. J. A., & Martin, R. A. (2016). Cognitive distortions, humor styles and depression. *Europe's Journal of Psychology*, *12*(3), 348-362. doi:10.5964/ejop.v12i3.1118
- Roccas, S., & Sagiv, L. (2010). Personal values and behavior: Taking the cultural context into account. *Social and Personality Psychology Compass*, *4*(1), 30-41. doi: 10.1111/j.1751-9004.2009.00234.x
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York, NY: The Free Press
- Ruch, W., & Heintz, S. (2016): The virtue gap in humor: Exploring benevolent and corrective humor. *Translational Issues in Psychological Science*, *2*(1), 35-45. doi: 10.1037/tps0000063
- Ruch, W., Wagner, L., & Heintz, S. (2018a). Humor, the PEN model of personality, and subjective well-being: Support for differential relationships with eight comic styles. *Rivista Italiana di Studi sull'Umore*, *1*(1), 31-44. Retirado de: [https://www.risu.biz/wp-content/uploads/2018/01/Ruch\\_et\\_al.-RISU-11-2018-31-44-1.pdf](https://www.risu.biz/wp-content/uploads/2018/01/Ruch_et_al.-RISU-11-2018-31-44-1.pdf)
- Ruch, W., Heintz, S., Platt, T., Wagner, L., & Proyer, R. (2018b). Broadening humor: Comic styles differentially tap into temperament, character, and ability. *Frontiers in Psychology*, *9*(6). doi: 10.3389/fpsyg.2018.00006
- Sandy, C. J., Gosling, S. D., Schwartz, S. H., & Koelkebeck, T. (2016). The development and validation of brief and ultrabrief measures of values. *Journal of Personality Assessment*, 1-11. doi: 10.1080/00223891.2016.1231115
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. In M. P. Zanna (Eds.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 25, pp. 1-65). New York: Academic Press.
- Schwartz, S. H. (2006). Les valeurs de base de la personne: Théorie, mesures et applications [Basic human values: Theory, methods, and applications]. *Revue Française de Sociologie*, *47*(4), 249-288. doi: 10.3917/rfs.474.0929
- Schwartz, S. H. (2010). Basic values: How they motivate and inhibit prosocial behavior. In M. Mikulincer, & P. Shaver (Eds.), *Prosocial motives, emotions, and behavior: The*

- better angels of our nature* (pp. 221–241). Washington: American Psychological Association Press.
- Schwartz, S. H. (2011). Studying values: Personal adventure, future directions. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 42*(2), 307-319. doi:10.1177/0022022110396925
- Schwartz, S. H. (2012). An overview of the Schwartz theory of basic values. *Online Readings in Psychology and Culture, 2*(1), 1-20. doi: 10.9707/2307-0919.1116
- Schwartz, S. H., & Boehnke, K. (2004). Evaluating the structure of human values with confirmatory factor analysis. *Journal of Research in Personality, 38*, 230-255. doi: 10.1016/S0092-6566(03)00069-2
- Schwartz, S. H., Cieciuch, J., Vecchione, M., Davidov, E., Fischer, R., Beierlein, C., Konty, M. (2012). Refining the theory of basic individual values. *Journal of Personality and Social Psychology, 103*(4), 663-688. doi:10.1037/a0029393
- Schwartz, S. H., & Rubel, T. (2005). Sex differences in value priorities: Cross-cultural and multimethod studies. *Journal of Personality and Social Psychology, 89*(6), 1010-1028. doi: 10.1037/0022-3514.89.6.1010
- Sirigatti, S., Penzo, I., Giannetti, E., & Stefanile, C. (2014). The Humor Styles Questionnaire in Italy: Psychometric properties and relationships with psychological well-being. *Europe's Journal of Psychology, 10*(3), 429-450. doi:10.5964/ejop.v10i3.682
- Schmidt-Hidding, W. (1963). *Humor und Witz*. Munich: Huber
- Stieger, S., Formann, A. K., & Burger, C. (2011). Humor styles and their relationship to explicit and implicit self-esteem. *Personality and Individual Differences, 50*, 747-750. doi:10.1016/j.paid.2010.11.025
- Vladisavljevic, M., & Mentus, V. (2018). The structure of subjective well-being and its relation to objective well-being indicators: Evidence from EU-SILL for Serbia. *Psychological Reports, 122*(1), 36-60. doi: 10.1177/0033294118756335
- Warren, M. & Wray-Lake, L. (2017). Does mindfulness prepare adolescents for valuebehavior concordance? Examining the role of value content. *Journal of Adolescence, 58*, 56-66. doi:10.1016/j.adolescence.2017.04.011

- Wingrave, M. (2018). Perceptions of gender in early years. *Gender and Education, 30*(5), 587-606. doi: 10.1080/09540253.2016.1258457
- Winterheld, H. A., Simpson, J. A., & Oriña, M. M. (2013). It's in the way you use it: Attachment and the dyadic nature of humor during conflict negotiation in romantic couples. *Personality and Social Psychology Bulletin, 39*(4), 496-508. doi: 10.1177/0146167213479133
- Zeigler-Hill, V., McCabe, G. A., & Vrabel, J. K. (2016). The dark side of humor: DSM-5 pathological personality traits and humor styles. *Europe's Journal of Psychology, 12*(3), 363-376. doi: 10.5964/ejop.v12i3.1109