

Auto-imagem e sentimento de constrangimento

Valdiney V. Gouveia

Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

Theodore M. Singelis

Universidade Estadual da Califórnia (UCL)

Valeschka M. Guerra

Walberto S. dos Santos

Tatiana C. Vasconcelos

Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

RESUMO

O objetivo deste estudo foi conhecer a relação entre os tipos de auto-imagem interdependente e independente (Singelis, 1994; Markus e Kitayama, 1991) e o sentimento de constrangimento experimentado em diversas circunstâncias sociais (Miller, 1992). Participaram 325 pessoas, a maioria do sexo feminino (65,7%); um terço era composto por membros da população geral e os demais eram estudantes; destes, 87,7% compreendiam estudantes universitários e 12,3% secundaristas. Estes responderam individualmente o *Questionário de Sentimento de Constrangimento* e a *Escala de Auto-Imagem*. Os resultados indicaram que as diversas dimensões de constrangimento se correlacionaram diretamente entre si, permitindo computar uma pontuação total. Esta se correlacionou positivamente com a auto-imagem interdependente, ao passo que o fez negativamente com a auto-imagem independente. As mulheres, mais do que os homens, apresentaram maior pontuação nas diversas dimensões de constrangimento. Estes resultados são discutidos à luz dos previamente publicados em culturas individualistas, sugerindo a consistência da concepção de que o sentimento de constrangimento pode ser explicado a partir da imagem que as pessoas têm de si mesmas.

Palavras-chave: Constrangimento; auto-imagem; independência; interdependência.

ABSTRACT

Self-construal and embarrassment

This study aimed at verifying the correlation between the interdependent and independent self-construals (Singelis, 1994; Markus and Kitayama, 1991) and the feeling of embarrassment according to many social circumstances (Miller, 1992). The sample was constituted of 325 people, mainly female participants (65.7%). The instrument was administered to the general population (third of the sample) and to students; among this group, 87.7% were university students and 12.3% were high school students. They answered the *Embarrassability Questionnaire* and the *Self-Construals Scale*. The results indicated that the several dimensions of embarrassment correlated directly to each other, allowing computing a total score. This score correlated itself directly with the interdependent self-construal, and negatively with the independent self-construal. Women, more than men, presented higher scores in all dimensions of embarrassment. These results are discussed based on previous studies about individualist cultures, suggesting that the feeling of embarrassment may be explained by the image of self a person has.

Key words: Embarrassment; self-construal; independence; interdependence.

INTRODUÇÃO

O constrangimento, também denominado de desconcerto, é um construto central quando se trata de conhecer aspectos dos sentimentos sociais. Devido a seu papel importante na vida social (Parrott, 1996), este vem sendo estudado de diferentes formas nos diversos campos das Ciências Humanas e Sociais, como

a Psicologia Social, a Sociologia ou a Comunicação. Os estudos têm dado ênfase, sobretudo, a sua fonte de origem (Cupach e Metts, 1992; Edelman, 1987) e aos fatores que podem explicar as diferenças individuais a respeito (Edelman e McCusker, 1986). Entre estes fatores começa a ser evidente o papel que tem a auto-imagem (Singelis e Sharkey, 1995), ao menos no que se refere à população norte-americana e asiática. Ne-

nhum estudo a respeito foi encontrado no contexto brasileiro, motivando a presente pesquisa.

O sentimento de constrangimento permeia muitos dos comportamentos das pessoas nas culturas coletivistas (Singelis e Sharkey, 1995), sendo provavelmente importante para explicar o sentido de obrigação com o outro e a necessidade de pertença, característicos de seus membros (Triandis, 1995). Pode ser igualmente útil para explicar o *script* de simpatia dos latinos, que põe ênfase no respeito aos demais, na amizade e na harmonia nas relações interpessoais (Triandis, Marín, Lisansky e Betancourt, 1984). Neste contexto, o Brasil compreende um “cenário natural” onde estudos sobre este construto deveriam atrair a atenção dos pesquisadores; este é um país claramente coletivista (Gouveia, Albuquerque, Clemente e Espinosa, 2002; Gouveia e Clemente, 2000; Hofstede, 1984) ou pelo menos onde se combina este tipo de orientação com a importância atribuída à autonomia e ao igualitarismo (Tamayo, 1997).

A partir dos estudos acerca do individualismo e coletivismo, Markus e Kitayama (1991) sugerem que há uma diferença na auto-imagem dos indivíduos de acordo com a orientação da cultura em que estes se inserem. Da mesma forma, estes autores afirmam que a cultura pode ter um papel central na experiência emocional. Assim, o presente estudo pretende conhecer as situações sociais que provocam constrangimento nos brasileiros, bem como avaliar em que medida o grau com que estes experimentam tal sentimento pode estar relacionado e/ou ser influenciado por sua auto-imagem.

O SENTIMENTO DE CONSTRANGIMENTO

Em termos de definição, o sentimento de constrangimento representa uma experiência ou um estado emocional que pode ser expresso como uma forma de ansiedade social, relacionada à timidez e vergonha, resultante da perspectiva ou avaliação dos outros em situação real ou imaginária (Schlenker e Leary, 1982). O constrangimento pode ser percebido como o resultado da preocupação que as pessoas manifestam acerca do seu comportamento observado e o desejo de agir segundo as expectativas e os interesses dos demais. Compreende uma resposta psicológica – e também fisiológica – resultante dos efeitos de contrariar as demandas sociais; procura-se ponderar a ansiedade e/ou o medo produzido por avaliações negativas por parte dos demais e a incerteza que acompanha o incidente que produziu tal sentimento (Singelis e Sharkey, 1995).

Segundo Parrott (1996), em geral as pessoas procuram evitar este sentimento e, conseqüentemente, as

confrontações com os demais e a reprovação moral destes. Quando inevitável, a experiência emocional equivalente é a da sensação de inaptidão social, freqüentemente associada com atordoamento, surpresa ou sentimento de imprudência. Os comportamentos que o evidenciam são comumente acompanhados por rubor, sorriso nervoso, redução do contato visual e sinais evidentes de nervosismo. Tem-se comprovado que as pessoas mais sensíveis à visão dos demais, que são particularmente ansiosas em relação a sua própria imagem pública ou que põem ênfase em atributos externos do *eu*, são mais inclinadas a experimentar constrangimento (Singelis e Sharkey, 1995).

De acordo com Keltner e Buswell (1997), o constrangimento surge mais tardiamente no desenvolvimento do ser humano, pois envolve processos cognitivos complexos, tais como a avaliação do comportamento de uma pessoa a partir da perspectiva de uma outra, e parece servir a funções de base social, muito mais do que biológicas. Estes mesmos autores afirmam que o constrangimento pode ser considerado como tendo a função de servir a um mecanismo emocional que permite que as pessoas mantenham a estabilidade de suas comunidades e das interações sociais cotidianas. Os antecedentes desta emoção envolvem, basicamente, violações das convenções sociais, que aumentam a exposição social. Nesse sentido, comumente são reportadas experiências constrangedoras em situações de “confusões” físicas (tropeçar em algo), falhas cognitivas (esquecer o nome de alguém importante), perda do controle corporal (arrotar ruidosamente), falha na manutenção da privacidade (ter seus sentimentos expostos), assim como participar de interações sociais desastrosas ou ser objeto de atenção indesejada.

Se, em termos de definição, existe um consenso sobre o que vem a ser o sentimento de constrangimento, surge certa ambigüidade quando o propósito é operacionalizá-lo. É particularmente debatida a questão da dimensionalidade deste construto: deveria ser expresso como um único ou como múltiplos fatores? Edelmann (1987) reúne provas a favor de uma estrutura unidimensional, porém Singelis, Bond, Lai e Sharkey (1999), empregando a medida deste autor, encontram uma estrutura bi-fatorial, cujos fatores foram denominados como autoconstrangimento e constrangimento empático. Além disso, Miller (1992) permite pensar que existem mais dimensões, correspondendo às circunstâncias sociais que provocam este sentimento. A propósito, este autor as agrupa em quatro categorias: (1) comportamento individual, subdividido em deficiência pública normativa, constrangimento por prejudicar o outro e ser o centro das atenções; (2) comportamento interativo, expresso como

interação desajeitada e constrangimento do grupo de pertença; (3) provocações dos demais, que se refere a transgressões reais e/ou irreais; e (4) comportamento de espectador, definido como constrangimento empático.

Com base nesta classificação de Miller (1992), Theodore M. Singelis propôs um conjunto de 40 itens para medir os múltiplos fatores de constrangimento. Estes expressam algumas das situações sociais mais comuns que provocam esta emoção, conforme descritos na Tabela 1.

TABELA 1
Definição das circunstâncias sociais que provocam constrangimento

Deficiência pública normativa. Condutas intrapessoais que provocam constrangimento na pessoa por agir em público de modo inesperado ou desastrosos (por exemplo, *tropear e cair em um lugar público; ser incapaz de parar de tossir enquanto escuta uma palestra*).

Falha em regular intimidade do outro. Condutas com envolvimento interpessoal, cujo constrangimento se produz por invadir o espaço íntimo do outro (por exemplo, *abrir a porta de um banheiro público e descobrir que já está ocupado; entrar em um provador aparentemente vazio e surpreender a outra pessoa em roupa íntima*).

Falha em regular sua própria intimidade. Condutas com envolvimento interpessoal, cujo constrangimento se produz por sentir que seu espaço íntimo tem sido invadido por outra pessoa (por exemplo, *estar usando o banheiro de alguém e uma pessoa do outro sexo abre a porta e entra; estar provando uma roupa em um provador e alguém entre e lhe vê em roupa íntima*).

Situação de protagonista. Condutas tipicamente sociais que requerem da pessoa assumir um papel de protagonista em um grupo ou situação específica, provocando constrangimento (por exemplo, *dar um pequeno discurso sobre você diante de um grupo de companheiros de trabalho; ser apresentado ao mesmo tempo a um grupo de desconhecidos*).

Perda de papel. Condutas que revelam interações desastrosas ou sem graça, neste caso com envolvimento direto da pessoa, que podem fazer com que esta se sinta constrangida (por exemplo, *contar uma piada a alguns desconhecidos e ao final ninguém sorri; falar com alguém que pensa que conhece, quando se dá conta de que nunca o viu antes*).

Sentir-se culpado. Condutas que revelam interações desastrosas ou sem graça que, não estando sob o controle da pessoa, podem produzir constrangimento (por exemplo, *sair para jantar com alguém muito especial e seu antigo(a) noivo(a) se senta na mesa do lado; ver alguém muito importante para seu melhor amigo(a) beijando outra pessoa, e no dia seguinte se encontrar com esse seu amigo*).

Constrangimento endogrupal. O constrangimento é provocado pela conduta reprovável ou socialmente não esperada de um membro do grupo de pertença (por exemplo, *ir a um funeral com um grupo de amigos, e um membro do grupo falar em voz alta e em tom de brincadeira "Hey, quem morreu"; estar em um teatro com um grupo de amigos e um deles provoca o ator a gritos, quando você pensa que é um bom ator*).

Constrangimento empático. Este tipo de constrangimento se refere à conduta de espectador; o sentimento correspondente é provocado pela conduta desastrosa de um protagonista que não cumpre as expectativas ou normas sociais (por exemplo, *ver que o favorito de uma corrida importante de atletismo cai nos últimos metros; estar vendo uma peça teatral, e se dar conta que um dos atores esqueceu o roteiro provocando a interrupção da obra*).

Como pode ser percebido claramente pela descrição dos fatores acima, este tipo de sentimento é de natureza tipicamente social, sendo apenas evidenciado em situação de interação (real ou imaginária) com os demais. De acordo com Markus e Kitayama (1991), as emoções e os sentimentos estruturam-se segundo a forma com que o indivíduo compreende o mundo, fazendo com que a experiência emocional varie sistematicamente com a auto-imagem do indivíduo. Assim, a imagem de si mesmo pode ter um impacto fundamental no desencadeamento do desconcerto (Sharkey e Singelis, 1995; Singelis e Sharkey, 1995), principalmente no contexto brasileiro. Estima-se que nesta cultura predomine uma auto-imagem interdependente (Markus e Kitayama, 1991), que é presumivelmente preponderante para explicar o nível de constrangimento experimentado pelas pessoas (Singelis e Sharkey, 1995). Demanda-se aqui considerar mais detidamente o construto auto-imagem.

A AUTO-IMAGEM INDEPENDENTE E INTERDEPENDENTE

A auto-imagem expressa a percepção que a pessoa tem de si, sendo definida em termos de uma constelação de pensamentos, sentimentos e ações acerca do relacionamento do indivíduo com outras pessoas, bem como acerca do *eu* como uma entidade distinta dos outros (Gouveia, Singelis e Coelho, 2002; Singelis, 1994). Estes construtos, embora tratados em inglês como *self-construals*, são referidos no Brasil como *auto-imagens* (Gouveia, Coelho & Vasconcelos, 1999; Gouveia, Singelis e Coelho, 2002; Milfont, Gouveia, Chaves, Socorro e Queiroga, 2002). Markus e Kitayama (1991) propõem dois tipos principais de auto-imagem, a saber (Gouveia, Singelis e Coelho, 2002):

- *Auto-imagem independente.* Os indivíduos com uma auto-imagem independente desenvolvida têm como referência suas próprias habilidades; tendem a expressar-se diretamente, dizendo o que pensam; ao pensar nos outros, consideram aspectos individuais. Estes indivíduos são definidos como possuindo um *eu* unitário e estável, separado do contexto social. O conjunto de elementos que o compõe inclui uma ênfase em: (a) habilidades, pensamentos e sentimentos internos; (b) ser único e expressar a si mesmo; (c) realizar atributos internos e promover seus próprios objetivos; e (d) ser direto na comunicação.
- *Auto-imagem interdependente.* Compreende uma dimensão ou postura flexível, contextualizada e relacional do *eu*, que enfatiza: (a) feitos

públicos e externos, tais como *status*, papéis e relacionamentos; (b) pertencer e se ajustar a grupos; (c) ocupar seu próprio lugar, engajando-se em papel previamente definido; e (d) ser indireto na comunicação, procurando “ler a mente” dos outros. Indivíduos com este tipo de auto-imagem pensam neles e nos outros; não estão separados da situação, mas são moldados por ela; estabelecem relacionamentos interpessoais harmoniosos e demonstram habilidades de se ajustar a várias situações; apresentam uma forma de comunicação indireta, são atentos aos pensamentos e sentimentos dos demais e ao que estes não exprimem; suas conexões e ajustamentos com estes são fontes de estímulo.

Markus e Kitayama (1991), ao procurar estabelecer em sua teoria a relação entre as emoções e estes tipos de auto-imagem, afirmam que algumas emoções, tais como raiva, frustração e orgulho, têm atributos individuais internos (necessidades, objetivos, desejos ou habilidades pessoais) como referencial primário. Tais emoções são chamadas de *centradas no ego* e resultam de alguma situação que cause o bloqueio, a satisfação ou a confirmação de atributos internos do indivíduo. Dessa forma, tais emoções serão expressas e vivenciadas com maior frequência por aqueles com um *eu independente*, por afetar sua identidade privada, individual. Estes autores afirmam que outras emoções, tais como simpatia, sentimentos de comunhão interpessoal e vergonha, necessitam muito mais de outra pessoa do que de atributos internos como referencial primário, e são denominadas de *centradas no outro*. Elas resultam de uma maior sensibilidade aos demais, da tentativa de levar em consideração a perspectiva destes e de promover a interdependência. Tais emoções serão vivenciadas e expressas com maior frequência entre aqueles com um *eu interdependente*, por estar ligada à sua identidade pública, social (Markus e Kitayama, 1991).

O conceito de si mesmo é central na definição de como o indivíduo percebe, avalia e se comporta, sendo este conceito fortemente delineado por forças como normas culturais, valores e crenças. Portanto, fica claro que vários aspectos da imagem que a pessoa tem de si são afetados pela cultura. Com esta teoria, Markus e Kitayama (1991) delinearão duas visões de si mesmo em relação à coletividade, propondo que nos Estados Unidos e na Ásia a visão prototípica de si mesmo varia marcadamente. Os ocidentais adotam uma visão do *self* que focaliza determinados atributos internos e individuais que os tornam separados dos demais (auto-imagem independente), ao passo que a maioria dos orientais enfatiza o *estar conectado com os demais*,

dando ênfase ao contexto social e aos relacionamentos (auto-imagem interdependente). Ainda segundo estes autores, estas duas auto-imagens correspondem, respectivamente, às orientações individualista e coletivista.

De acordo com Triandis e Suh (2002), o peso que coletivistas e individualistas dão a suas experiências emocionais como um todo parece diferir. Eles relatam que emoções são fortes preditores da satisfação com a vida em culturas individualistas, enquanto que as normas sociais e a aprovação dos outros predizem a satisfação dos coletivistas. O significado central do individualismo é dado pelas prioridades de objetivos pessoais em detrimento dos objetivos do grupo; o coletivismo, ao contrário, coloca ênfase na subordinação de objetivos pessoais aos do grupo.

Mesmo que as duas imagens do eu (independente vs. interdependente) sejam em princípio tratadas como antíteses (ver revisão realizada por Hodgins, Koestner e Duncan, 1996), sugere-se que, em realidade, representam orientações ortogonais (Kagitçibasi, 1996; Singelis, 1994). Isso significa que pessoas com uma auto-imagem independente, que se descrevem a partir de atributos internos (por exemplo, inteligente, agressivo, responsável, etc.) não necessariamente precisam ter uma baixa auto-imagem interdependente, definida em função das relações interpessoais (por exemplo, filho, pai de família, amigo dos amigos, etc.). Em geral, as pessoas apresentam aspectos de uma e de outra na sua definição do *eu*. Esta idéia de coexistência dos dois tipos de auto-imagem corrobora o pensamento de alguns autores de que elementos individuais e sociais ou individualistas e coletivistas coexistem dentro de uma mesma cultura (Gouveia, Andrade, Milfont, Queiroga e Santos, 2003; Singelis, 1994; Singelis e Brown, 1995). Portanto, estas duas dimensões coexistem como orientações para os indivíduos e, presumivelmente, ambas contribuem para a identidade de papel social que é ameaçada nos eventos constrangedores.

CONSTRANGIMENTO E AUTO-IMAGEM

Como se comentou previamente, embora nenhuma pesquisa tenha sido encontrada no Brasil acerca da relação do sentimento de constrangimento com as auto-imagens independente e interdependente, existem já alguns resultados em amostras norte-americanas e asiáticas. Por exemplo, Singelis e Sharkey (1995), em uma amostra de estudantes da Universidade do Havaí, encontraram que estes dois tipos de auto-imagem se correlacionaram diretamente entre si ($r = 0,19$, $p < 0,001$), mas apresentaram padrões de correlações opostos em relação ao sentimento de constrangimen-

to. Especificamente, este se correlacionou negativamente com a auto-imagem independente ($r = -0,32$, $p < 0,001$) e o fez positivamente com a interdependente ($r = 0,23$; $p < 0,001$). Estes autores procuraram ainda conhecer em que medida tais tipos de auto-imagem explicariam o constrangimento, tendo observado resultado satisfatório [$F(2, 500) = 57,59$, $p < 0,001$, $R^2 = 0,19$].

Sharkey e Singelis (1995), tendo igualmente considerado estudantes da Universidade do Havaí, procuraram comprovar a relação do constrangimento com as variáveis ansiedade social, auto-imagem independente e auto-imagem interdependente. Seus resultados evidenciaram que o nível de constrangimento de uma pessoa está negativamente correlacionado com a auto-imagem independente ($r = -0,37$, $p < 0,01$) e positivamente com a interdependente ($r = 0,19$, $p < 0,01$). A análise de regressão mostrou que a auto-imagem independente explicou negativamente o sentimento de constrangimento ($\beta = -0,30$, $R^2 = 0,07$), enquanto que a interdependente o fez positivamente ($\beta = 0,24$; $R^2 = 0,05$); a ansiedade social também apresentou um *beta* positivo para explicar este sentimento ($\beta = 0,28$; $R^2 = 0,06$).

Singelis et al. (1999) procuraram verificar a relação da auto-imagem com o individualismo – coletivismo, o constrangimento e a auto-estima. Estes autores encontraram que o coletivismo explicou positivamente a auto-imagem interdependente ($\beta = 0,12$) e negativamente a independente ($\beta = 0,11$). Da mesma forma, como esperado teoricamente, a auto-imagem independente apresentou-se como negativamente associada ao constrangimento ($\beta = -0,62$ para o auto-constrangimento; e $\beta = -0,20$ para o constrangimento empático), enquanto a interdependente apresentou uma associação positiva ($\beta = 0,29$ para o auto-constrangimento e $\beta = 0,22$ para o constrangimento empático).

Em resumo, apesar da escassez de estudos a respeito no Brasil, parece haver suficientes indícios de que as auto-imagens independente e interdependente se relacionam com o constrangimento. Destaca-se, não obstante, que as medidas deste sentimento são ainda escassas; a maioria delas tem assumido uma estrutura unidimensional (Edelmann, 1987; Sharkey e Singelis, 1995; Singelis e Sharkey, 1995), embora já existam indicações de uma estrutura mais complexa (Miller, 1992; Singelis et al. 1999). Nesse sentido, pensou-se realizar o presente estudo, oferecendo suporte sobre a relação da auto-imagem com o constrangimento.

MÉTODO

Delineamento e hipóteses

Trata-se de um estudo correlacional, tendo sido consideradas duas medidas principais (auto-imagem e

sentimento de constrangimento). A propósito, foram formuladas as quatro seguintes hipóteses:

HIPÓTESE 1 – *Os participantes apresentarão uma auto-imagem predominantemente interdependente.*

Para esta primeira hipótese se teve em conta a orientação claramente coletivista da cultura brasileira (Gouveia et al. 2002; Gouveia e Clemente, 2000; Hofstede, 1984). Assim, assumindo a correspondência entre as dimensões individualismo vs. coletivismo e independência vs. interdependência, respectivamente (Kagitçibasi, 1997; Markus e Kitayama, 1991), poder-se-ia esperar que os participantes tivessem uma auto-imagem mais interdependente.

HIPÓTESE 2 – *Os fatores do sentimento de constrangimento estarão positivamente correlacionados entre si.*

Embora se discuta sobre a natureza uni vs. multifatorial do construto constrangimento (Edelmann, 1987; Sharkey e Singelis, 1995; Singelis et al. 1999; Singelis e Sharkey, 1995), parece haver suficiente razão para pensar em uma dimensão de segunda ordem (Miller, 1992), que reuniria todos seus constituintes. Portanto, parece justificável esperar que os oito fatores da medida aqui considerada se correlacionem direta e significativamente entre si.

HIPÓTESE 3 – *A auto-imagem independente estará negativamente correlacionada com o sentimento de constrangimento.*

HIPÓTESE 4 – *A auto-imagem interdependente estará positivamente correlacionada com o sentimento de constrangimento.*

Finalmente, ao menos em culturas ocidentais individualistas e orientais coletivistas, uma auto-imagem independente tende a se correlacionar negativamente com o sentimento de constrangimento, enquanto que a interdependente o faz positivamente (Sharkey e Singelis, 1995; Singelis e Sharkey, 1995). Em princípio, este poderia ser o padrão esperado também para os brasileiros.

Amostra

Participaram do estudo 325 pessoas, das quais 110 viviam em João Pessoa e 215 em Natal. Aproximadamente um terço delas era da população geral (28,2%); as demais eram estudantes, sendo 87,7% universitários e 12,3% secundaristas. A maioria era do sexo feminino (65,7%), com idades entre 14 e 75 anos ($M = 26,7$, $DP = 10,40$). Entre os que disseram trabalhar, 57% tinham uma profissão qualificada (engenheiro, veterinário, economista etc.). Esta amostra é inten-

cional, portanto não probabilística; participaram aquelas pessoas que estavam presentes nas salas de aula visitadas ou que, a pedido destas, concordaram em responder à pesquisa em suas próprias residências.

Instrumentos

Os participantes responderam uma bateria de três medidas:

1. *Questionário de Sentimento de Constrangimento*. Descreve 40 situações do cotidiano para as quais o participante deve dizer em que medida considera-as constrangedoras, tendo sido elaboradas a partir de Miller (1992). Estas são respondidas em uma escala de sete pontos, que vai de **1 = Nada constrangedora** a **7 = Muito constrangedora**. Teoricamente, cobre oito fatores do sentimento de constrangimento, cada um descrevendo cinco situações sociais potencialmente causadoras de desconcerto, como segue (o Alfa de Cronbach e um exemplo correspondente figuram entre parênteses): *deficiência pública normativa* ($\alpha = 0,77$; Suponha que você derrama uma bebida sobre si mesmo em uma festa), falha em regular a privacidade do outro ($\alpha = 0,81$; Suponha que você entra no banheiro na casa de outra pessoa e descobre que está ocupado por uma pessoa do outro sexo), falha em regular a própria privacidade ($\alpha = 0,80$; Suponha que você está usando o banheiro na casa de alguém e uma outra pessoa do outro sexo abre a porta e entra), situação de protagonista ($\alpha = 0,72$; Suponha que, em um restaurante local, um grupo de amigos lhe canta “parabéns para você”), perda de papel ($\alpha = 0,62$; Suponha que você conta uma piada a alguns conhecidos e no final ninguém sorri), sentir-se culpável ($\alpha = 0,68$; Suponha que saiu para jantar com seu companheiro e seu antigo namorado senta-se na mesa ao lado), desconcerto endogrupal ($\alpha = 0,63$; Suponha que você está em uma apresentação humorística com um grupo de amigos quando um deles se intromete aos gritos com o comediante, o qual você considera muito engraçado) e desconcerto empático ($\alpha = 0,75$; Suponha que você está assistindo uma corrida importante de atletismo quando o favorito cai nos últimos metros).

2. *Escala de Auto-Imagem*. Este instrumento foi originalmente elaborado por Singelis (1994), tendo sido validado com uma amostra norte-americana. Consta de 24 itens distribuídos equitativamente de forma a expressar os dois tipos de *eu*: independente (por exemplo, *Gosto de ser único e diferente das outras pessoas em muitos aspectos*) e interdependente (por exemplo, *Sinto que meu destino se mistura com o destino daqueles que me rodeiam*). Os itens são aleatoriamente apresentados, sendo respondidos em uma escala de sete pontos, com os seguintes extremos: **1 = Dis-**

cordo totalmente e **7 = Concordo totalmente**. Gouveia, Singelis e Coelho (2002) providenciaram sua adaptação ao contexto brasileiro; coerentemente com a versão original, estes autores encontraram uma estrutura bi-fatorial que se revelou ortogonal; a consistência interna (Alfa de Cronbach) destes fatores pode ser considerada aceitável: 0,77 (interdependente) e 0,70 (independente).

3. *Escala de Contágio Emocional*. Desenvolvida por Doherty (1997), consta de 18 itens que descrevem cinco sentimentos básicos: amor, felicidade, medo, raiva e tristeza. Esta também inclui uma sexta dimensão, que procura verificar o nível de atenção dada às emoções das outras pessoas. Estes itens são respondidos em uma escala de quatro pontos, variando de **1 = Sempre** a **4 = Nunca**. Esta escala não será considerada na presente análise.

Estes instrumentos foram apresentados nesta ordem. Antes de respondê-los, os participantes deveriam assinar um termo de consentimento para participar no estudo. Cinco perguntas demográficas (etnia, sexo, idade, escolaridade e profissão) foram incluídas no final do questionário.

Procedimento

A maioria dos participantes respondeu os questionários individualmente, porém em ambiente coletivo de sala de aula. Uma vez obtida a autorização do professor da disciplina, os aplicadores se apresentavam solicitando a colaboração voluntária dos estudantes presentes. Foi-lhes informado que se tratava de uma pesquisa sobre diferenças individuais nas atitudes e sentimento de desconcerto, não havendo respostas certas ou erradas. Uma vez tendo concordado em participar, estes preencheram um termo de livre consentimento. A todos foi assegurado que suas respostas seriam confidenciais, devendo ser tratadas estatística e coletivamente. Procurou-se igualmente indicar dois endereços institucionais onde os participantes poderiam se dirigir em caso de dúvidas e/ou com o fim de obter informações sobre os resultados da pesquisa. Em média, 25 minutos foram suficientes para concluir sua participação. Alternativamente, uma menor quantidade de participantes, cerca de 30% do total, respondeu o questionário em sua casa, a pedido dos estudantes que previamente participaram da pesquisa e concordaram em solicitar que outros também o fizessem.

RESULTADOS

Análises preliminares

Inicialmente, foram realizadas algumas análises para verificar as diferenças entre as pontuações médi-

as de homens e mulheres nas situações sociais causadoras de constrangimento e nas auto-imagens independente e interdependente. Não foram encontradas diferenças nas pontuações de auto-imagem interdependente [$t(310) = 0,234$; $p > 0,05$] e independente [$t(309) = 0,802$; $p > 0,05$] em função do sexo. Com relação ao sentimento de constrangimento, as análises mostraram a existência de diferenças em todos os oito tipos de situações causadoras de constrangimento, conforme pode ser observado na Tabela 2 a seguir.

De acordo com a Tabela 2, as mulheres apresentaram pontuações médias superiores à dos homens em todas as oito situações, com maiores médias nos fatores deficiência pública normativa [mulheres: $M = 5,8$, $DP = 0,90$; homens: $M = 4,7$, $DP = 1,33$; $t(311) = 8,02$, $p < 0,001$], falha em regular a privacidade do outro [mulheres: $M = 5,2$, $DP = 1,31$; homens: $M = 4,2$, $DP = 1,45$; $t(315) = 6,00$, $p < 0,001$], falha em regular a própria privacidade [mulheres: $M = 5,2$, $DP = 1,17$;

homens: $M = 4,0$, $DP = 1,52$; $t(314) = 7,96$, $p < 0,001$] e sentir-se culpável [mulheres: $M = 5,3$, $DP = 1,02$; homens: $M = 4,5$, $DP = 1,12$; $t(314) = 5,83$, $p < 0,001$].

Comprovação das hipóteses

A primeira hipótese afirmava a predominância da auto-imagem interdependente entre os participantes do estudo. Diferentemente do esperado, observou-se que a auto-imagem independente ($M = 4,8$; $DP = 0,69$) foi mais característica do que a interdependente ($M = 4,7$; $DP = 0,73$), $t(309) = 2,71$, $p < 0,01$. Portanto, não é possível corroborar esta hipótese. Acrescente-se que os dois tipos de auto-imagem não se correlacionaram entre si ($r = -0,02$, $p > 0,05$), sendo assim compatível apresentá-las ao mesmo tempo.

A segunda hipótese previa que os diversos atributos do sentimento de constrangimento estariam diretamente correlacionados entre si, o que foi plenamente corroborado. Os resultados a respeito podem ser comprovados na Tabela 3 a seguir.

TABELA 2
Médias dos participantes nos fatores de constrangimento de acordo com o gênero

Fatores	Grupos critério				Contrastes		
	Masculino		Feminino		t	g.l.	p
	M	DP	M	DP			
Deficiência pública normativa	4,7	1,33	5,8	0,90	8,02	311	0,001
Regular a privacidade do outro	4,2	1,45	5,2	1,31	6,00	315	0,001
Regular a própria privacidade	4,0	1,52	5,2	1,17	7,96	314	0,001
Situação de protagonista	3,5	1,38	3,8	1,37	2,07	312	0,05
Perda de papel	4,4	1,19	4,9	1,05	3,56	313	0,001
Sentir-se culpável	4,5	1,12	5,3	1,02	5,83	314	0,001
Desconcerto endogrupal	4,2	1,19	4,8	1,05	4,93	312	0,001
Desconcerto empático	3,4	1,44	3,8	1,27	2,91	314	0,01
Constrangimento total	4,2	0,97	4,9	0,80	6,68	292	0,001

TABELA 3
Correlações das situações sociais que provocam constrangimento com as dimensões da auto-imagem

Variável	M	Dp	01	02	03	04	05	06	07	09	09	10	11
01. Deficiência pública normativa	5,4	1,16	(77)										
02. Regular a privacidade do outro	4,9	1,43	53**	(81)									
03. Regular a própria privacidade	4,8	1,42	53**	74**	(80)								
04. Situação de protagonista	3,7	1,37	41**	33**	37**	(72)							
05. Perda de papel	4,7	1,11	59**	54**	51**	47**	(62)						
06. Sentir-se culpável	5,0	1,10	56**	47**	50**	31**	58**	(68)					
07. Desconcerto endogrupal	4,6	1,13	54**	50**	55**	31**	52**	56**	(63)				
08. Desconcerto empático	3,7	1,35	45**	35**	36**	25**	43**	43**	63**	(75)			
09. Auto-imagem interdependente	4,7	0,73	03	13*	08	01	07	05	20**	20**	(74)		
10. Auto-imagem independente	4,8	0,69	-08	-21**	-17**	-23**	-16**	-07	-05	-03	-02	(70)	
11. Constrangimento total	4,6	0,91	76**	76**	79**	58**	77**	73**	78**	65**	14*	-17*	(92)

Notas: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$ (teste bilateral; eliminação *pairwise* de itens sem resposta). Omitiram-se os pontos decimais dos coeficientes de correlação e Alfas de Cronbach. Estes são apresentados entre parênteses.

Todas as correlações entre os oito fatores de constrangimento foram positivas e significativas ($p < 0,01$), variando de 0,25 (desconcerto empático com situação de protagonista) a 0,74 (falha em regular a própria privacidade com falha em regular a privacidade do outro). A média dos coeficientes de correlação foi de 0,48, o que é estatisticamente diferente de zero, $t(309) = 9,33$, $p < 0,001$. Portanto, justifica-se criar uma pontuação total de constrangimento, que será considerada em análises subseqüentes.

A terceira e a quarta hipóteses procuravam estabelecer as relações entre as dimensões interdependente e independente da auto-imagem e o sentimento de constrangimento. No que diz respeito à auto-imagem independente (Hipótese 3), foram encontradas correlações inversas e significativas entre esta dimensão e a pontuação total do sentimento de constrangimento ($r = -0,17$; $p < 0,01$). Este achado permite corroborar a presente hipótese. No caso das situações sociais específicas de constrangimento, as que apresentaram correlação com este tipo de auto-imagem foram: situação de protagonista ($r = -0,23$; $p < 0,01$), falha em regular a privacidade do outro ($r = -0,21$; $p < 0,01$), falha em regular a própria privacidade ($r = -0,17$; $p < 0,01$) e perda de papel ($r = -0,17$; $p < 0,01$). Os demais fatores de constrangimento também apresentaram correlação negativa com este tipo de auto-imagem, porém não foram estatisticamente significativas ($p > 0,05$).

Com relação à auto-imagem interdependente, era esperado teoricamente (Hipótese 4) que esta dimensão apresentasse uma correlação direta com o sentimento de constrangimento, o que foi plenamente corroborado quando se considerou a pontuação total deste sentimento social ($r = 0,14$; $p < 0,05$). As situações específicas de constrangimento que se correlacionaram com esta dimensão foram: desconcerto empático

($r = 0,20$; $p < 0,01$), desconcerto endogrupal ($r = 0,20$; $p < 0,01$) e falha em regular a privacidade do outro ($r = 0,14$; $p < 0,05$). As demais situações sociais de constrangimento também apresentaram correlações positivas com esta dimensão da auto-imagem, porém não foram estatisticamente significativas.

Finalmente, apesar de não ter sido formulada qualquer hipótese sobre a contribuição das dimensões de auto-imagem independente e interdependente para explicar o sentimento de constrangimento, decidiu-se efetuar uma análise de regressão a respeito. Especificamente, consideraram-se as duas auto-imagens como variáveis antecedentes da pontuação total de constrangimento. Os resultados são sumarizados a continuação na Tabela 4.

Como pode ser visto na Tabela 4, a auto-imagem interdependente explicou diretamente a pontuação total de constrangimento ($\Xi = 0,14$; $R^2 = 0,02$). De forma consistente, os participantes que pontuaram mais alto nesta dimensão de auto-imagem apresentaram maior tendência ao sentimento de constrangimento. Por outro lado, a auto-imagem independente predisse negativamente a pontuação total do sentimento de constrangimento ($\Xi = -0,18$; $R^2 = 0,03$), indicando que aqueles com maior pontuação neste tipo de auto-imagem tenderam a demonstrar menor constrangimento.

DISCUSSÃO

O presente estudo teve como objetivos principais conhecer as situações sociais que provocam constrangimento nos brasileiros e verificar a relação entre este sentimento e os tipos independente e interdependente de auto-imagem. Espera-se que estes tenham sido logrados. Entretanto, eventuais limitações desta pesquisa necessitam ser aventadas. Particularmente, é neces-

TABELA 4
Regressão múltipla *stepwise* para a pontuação total do sentimento de constrangimento com as auto-imagens interdependente e independente

Regressão múltipla ^c		Análise de variância					
R	0,143		SQ	g.l.	MQ	F	p
R ²	0,020	Regressão	4,907	1	4,907	5,995	0,05 ^a
R ² ajustado	0,017	Resíduo	234,924	287	0,819		
Erro padrão	0,900	Total	239,831	288			
R	0,178						
R ²	0,032	Regressão	7,514	1	7,514	9,317	0,01 ^b
R ² ajustado	0,028	Resíduo	230,645	286	0,806		
Erro padrão	0,898	Total	238,159	287			

Notas: a - Preditor: Auto-imagem interdependente; b - Preditor: Auto-imagem independente. c - Variável dependente: Constrangimento total.

sário assinalar que a amostra não pode ser considerada como representativa da população brasileira, nem mesmo da paraibana ou norte-riograndense; além disso, foram considerados predominantemente estudantes. Entretanto, não foi o propósito deste estudo efetuar generalizações; pretendeu-se unicamente conhecer o padrão de correlação entre construtos. Porém, a diferença da prática comum de considerar exclusivamente estudantes universitários, realizou-se um esforço no sentido de incluir ainda pessoas da população geral.

As auto-imagens independente e interdependente

No que diz respeito à hipótese de que os participantes apresentariam uma auto-imagem predominantemente interdependente, esta não pôde ser corroborada. Embora os brasileiros possam ter uma orientação eminentemente coletivista (Gouveia e cols., 2002; Gouveia e Clemente, 2000), não parece pertinente caracterizá-los como apresentando uma imagem do *eu* mais interdependente do que independente. Uma possível explicação é que a correspondência que se faz na literatura entre individualismo vs. coletivismo e independente vs. interdependente, respectivamente (Triandis, 1995; Kagitçibasi, 1996, 1997; Markus e Kitayama, 1991), não se aplica ao contexto brasileiro.

Triandis (1995) descreve os construtos individualismo e coletivismo como dimensões opostas de orientação social, o que já tinha sido previamente sugerido por Hofstede (1984). Este não parece ser o caso das auto-imagens independente e interdependente (Gouveia, Singelis e Coelho, 2002; Singelis, 1994). A respeito, Milfont e cols. (2002) observaram que estas auto-imagens não se contrapõem, ou seja, as pessoas podem apresentar aspectos de ambas em sua definição do *eu*. Tendo em mente a natureza horizontal das dimensões de auto-imagem aqui tratadas, como evidenciada no estudo de Oishi, Schimmack, Diener e Suh (1998), estes resultados são coerentes com aqueles descritos por Gouveia, Clemente e Espinosa (2003). Estes autores observaram que, entre estudantes universitários e em cultura parecida à brasileira, no caso a espanhola, as dimensões de individualismo horizontal e coletivismo horizontal se mostraram ortogonais ($r = -0,05$, $p > 0,05$), resultado que também foi observado para as auto-imagens independente e interdependente no contexto brasileiro (Gouveia, Singelis e Coelho, 2002; Singelis, 1994).

Alternativamente, a especificidade da cultura brasileira pode ser uma explicação que ganha força no contexto dos estudos sobre o tipo de orientação social assumido pelos participantes (Tamayo, 1997). Milfont et al. (2002) indicam que nesta cultura podem coexistir harmoniosamente nas pessoas elementos indivi-

dualistas e coletivistas. Nesse sentido, Maia, Gouveia, Silva Filho, Milfont e Andrade (2001) também indicam que neste país a orientação valorativa pessoal se correlaciona positivamente com o individualismo, mas também, embora em menor magnitude, está diretamente correlacionada com o coletivismo.

O Sentimento de Constrangimento e os Tipos de Auto-imagem

Em geral, os achados reforçam a relação das auto-imagens independente e interdependente com o sentimento de constrangimento (Sharkey e Singelis, 1995; Singelis e Sharkey, 1995; Singelis et al. 1999). Foi possível observar que uma auto-imagem interdependente está positivamente correlacionada a uma maior tendência ao desconcerto nas situações sociais apresentadas, enquanto que a auto-imagem independente correlaciona-se negativamente com este sentimento. As explicações específicas podem ser dadas nos seguintes termos:

- *Auto-imagem independente.* Os participantes com pontuações altas neste tipo de auto-imagem, isto é, que tendem a expressar diretamente o que pensam e sentem, opõem-se às situações de constrangimento que dão maior ênfase a interações sociais e/ou aquelas que enfatizam uma falha da pessoa frente a uma coletividade (por exemplo, falha em regular a privacidade do outro, falha em regular a própria privacidade, situação de protagonista, perda de papel e constrangimento total).
- *Auto-imagem interdependente.* Aqueles que apresentam uma auto-imagem interdependente, isto é, que não estão separados da situação, mas estão moldados por ela, encontram-se nas situações de constrangimento que enfatizam uma interação inter-pessoal desastrosa (por exemplo, falha em regular a privacidade do outro) ou naquelas que focalizam a pertença grupal ou a empatia (por exemplo, desconcerto endogrupal ou desconcerto empático). Isto é facilmente compreensível, pois, para estes indivíduos, as interações estabelecidas socialmente, com um grupo de pertença específico ou com pessoas isoladas, fazem parte de sua relação pessoal e ajudam no estabelecimento de sua auto-estima e auto-imagem. Dessa forma, qualquer situação que ameace esta interação funciona como um desencadeador do sentimento de constrangimento.

Em suma, os resultados mostram que os indivíduos caracterizados como tendo uma identidade de papel variável e flexível (interdependente) se apresentam

como mais prováveis ao constrangimento do que aqueles que participam de uma interação com uma identidade idealizada estável e forte, pois um *eu* estável seria mais resistente à avaliação de outros. No entanto, é importante enfatizar que nenhuma dessas características representa um déficit, mas apenas refletem diferentes conceitos de *si mesmo* que, em parte, podem ter origem em contextos culturais diferenciados.

De acordo com Kagitçibasi (1996), qualquer mudança no contexto social tem implicações nas relações interpessoais. Portanto, o estudo da auto-imagem não pode ficar restrito ao nível psicológico de análise, mas tem que situar o *eu* dentro de uma cultura. Em culturas coletivistas, como é o caso do Brasil, Sharkey e Singelis (1995) afirmam que uma maior sensibilidade ao contexto social e o constrangimento associado a esta podem ser vistas como características positivas que contribuem para a adaptação do indivíduo ao contexto e ao sistema social.

Gênero, auto-imagem e constrangimento

O gênero ou mais concretamente o sexo dos participantes segue sendo uma variável importante para diferenciá-los em termos de orientações e sentimentos sociais expressos (Belo, 2003). Coerentemente, as mulheres demonstram mais sentimento de constrangimento do que os homens. Apesar dos espaços que as mulheres têm conquistado, sua orientação segue sendo na atualidade de cunho social, primando pelas relações com outras pessoas e tendo estas em conta no momento de tomar decisões. Entretanto, o fato de o tipo de auto-imagem não diferir entre os sexos é algo que merecerá atenção em pesquisas futuras, já que se esperaria uma auto-imagem mais interdependente entre as mulheres (Cross e Madson, 1997; Watkins e cols., 1998).

REFERÊNCIAS

- Belo, R. P. (2003). *A base social das relações de gênero: explicando o ciúme romântico através do sexismo ambivalente e dos valores humanos básicos*. [Dissertação de Mestrado]. Departamento de Psicologia, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB.
- Cross, S. E. & Madson, L. (1997). Models of the self: self-construals and gender. *Psychological Bulletin*, 122, 5-37.
- Cupach, W. R. & Metts, S. (1992). The effects of type of predicaments and embarrassability on remedial responses to embarrassing situations. *Communication Quarterly*, 40, 149-161.
- Doherty, R. (1997). The Emotional Contagion Scale: A measure of individual differences. *Journal of Nonverbal Behavior*, 21, 131-154.
- Edelmann, R. J. (1987). *The psychology of embarrassment*. Chichester, UK: Wiley.
- Edelmann, R. J. & McCusker, G. (1986). Introversão, neuroticismo, empatia e embarrassabilidade. *Personality and Individual Differences*, 7, 133-366.
- Gouveia, V.V., Albuquerque, F. J. B., Clemente, M. & Espinosa, P. (2002). Human values and social identities: A study in two collectivist cultures. *International Journal of Psychology*, 37, 333-342.
- Gouveia, V.V., Andrade, J. M., Milfont, T. L., Queiroga, F. & Santos, W. S. (2003). Dimensões normativas do individualismo e do coletivismo: é suficiente a dicotomia pessoal vs. social? *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 16, 223-234.
- Gouveia, V.V. & Clemente, M. (2000). O individualismo-coletivismo no Brasil e na Espanha: Correlatos sócio-demográficos. *Estudos de Psicologia*, 5, 317-346.
- Gouveia, V.V., Coelho, J. A. & Vasconcelos, T. C. (1999). Auto-imagem e relações interpessoais: sua variação intracultural. Trabalho apresentado no 10º Encontro Nacional da Associação Brasileira de Psicologia Social, São Paulo.
- Gouveia, V.V., Singelis, T. & Coelho, J. (2002). Escala de auto-imagem: Comprovação da sua estrutura fatorial. *Revista de Avaliação Psicológica*, 1, 49-59.
- Hodgins, H. S., Koestner, R. & Duncan, N. (1996). On the compatibility of autonomy and relatedness. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 227-237.
- Hofstede, G. (1984). *Culture's consequences: international differences in work-related values*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kagitçibasi, Ç. (1996). The autonomous-relational self: a new synthesis. *European Psychologist*, 1, 180-186.
- Kagitçibasi, Ç. (1997). Individualism and collectivism. In J. Berry, M. Segall & Ç. Kagitçibasi (Eds.). *Handbook of cross cultural psychology*, (Vol. 3): (pp. 1-49). Boston: Allyn and Bacon.
- Keltner, D. & Buswell, B. (1997). Embarrassment: Its distinct form and appeasement functions. *Psychological Bulletin*, 122, 250-270.
- Maia, L., Gouveia, V. V., Silva Filho, S. B., Milfont, T. & Andrade, M. W. (2001). Prioridades valorativas e individualismo-coletivismo: Padrões de convergência. *PSICO*, 32, 7-24.
- Markus, H. R. & Kitayama, S. (1991). Culture and the self: Implications for cognition, emotion and motivation. *Psychological Review*, 98, 224-253.
- Milfont, T. L., Gouveia, V. V., Chaves, S. S., Socorro, T. C. & Queiroga, F. (2002). Valores humanos e auto-imagem: Padrões de convergência e evidências de especificidades. *PSICO*, 33, 427-446.
- Miller, R. S. (1992) The nature and severity of self-reported embarrassing circumstances. *Society for Personality and Social Psychology*, 18, 190-198.
- Oishi, S., Schimmack, U., Diener, E. & Suh, E. (1998). The measurement of values and Individualism-Collectivism. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24, 1177-1189.
- Parrott, E. G. (1996). Embarrassment. Em A. S. Manstead & M. Hewstone (Eds.), *The Blackwell encyclopedia of social psychology* (pp. 196-198). USA: Blackwell Publishers.
- Schlenker, B. R. & Leary, M. R. (1982). Social anxiety and self-presentation: A conceptualization and model. *Psychological Bulletin*, 92, 641-669.
- Sharkey, W. & Singelis, T. (1995). Embarrassability and self-construal: a theoretical integration. *Personality and Individual Differences*, 19, 919-926.
- Singelis, T. (1994). The measurement of independent and interdependent self-construals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20, 580-591.
- Singelis, T., Bond, M., Lai, S. & Sharkey, W. (1999). Unpackaging culture's influence on self-esteem and embarrassability: The role of self-construals. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 30, 315-341.

- Singelis, T. & Brown, W. (1995). Culture, self, and collectivist communication: Linking culture to individual behavior. *Human Communication Research*, 21, 354-389.
- Singelis, T. & Sharkey, W. (1995). Culture, self-construal, and embarrassability. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 26, 622-644.
- Tamayo, A. (1997). Os valores do brasileiro: Uma década de pesquisa. *Cadernos de Psicologia*, 1, 113-132.
- Triandis, H. (1995). *Individualism and collectivism*. Boulder, CO: Westview Press.
- Triandis, H. C., Marin, G., Lisansky, J. & Betancourt, H. (1984). Simpatia as a cultural script of Hispanics. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, 1363-1375.
- Triandis, H. & Suh, E. (2002). Cultural influences on personality. *Annual Review of Psychology*, 53, 133-160.
- Watkins, D., Akande, A., Fleming, J., Ismail, M., Lefner, K., Regmi, M., Watson, S., Yu, J., Adair, J., Cheng, C., Gerong, A., McInerney, D., Mpofo, E., Singh-Sengupta, S. & Wondimu, H. (1998). Cultural dimensions, gender and the nature of self-concept: a fourteen-country study. *International Journal of Psychology*, 33, 17-31.

Recebido em: 14/05/2004. Aceito em: 06/06/2005.

Agradecimento:

Durante a preparação deste artigo, o primeiro autor contou com bolsa de Produtividade do CNPq (Proc. 520521/99-4), instituição à qual os autores agradecem.

Autores:

Valdiney V. Gouveia – Universidade Federal da Paraíba (UFPB).
Theodore M. Singelis – UECALIFÓRNIA.
Valeschka M. Guerra – Universidade Federal da Paraíba (UFPB).
Walberto S. dos Santos – Universidade Federal da Paraíba (UFPB).
Tatiana C. Vasconcelos – Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

Endereço para correspondência:

VALDINEY V. GOUVEIA
Departamento de Psicologia
Universidade Federal da Paraíba, CCHLA
58051-900, João Pessoa, PB
E-mail: vgouveia@cchla.ufpb.br ou vvgouveia@uol.com.br