

BEATRIZ SOFIA LOPES AMARO

**A Influência da Semelhança e do Egoísmo Implícito na Atração Interpessoal de  
Narcisistas e Não Narcisistas**



**UNIVERSIDADE DO ALGARVE**

Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

2024

BEATRIZ SOFIA LOPES AMARO

**A Influência da Semelhança e do Egoísmo Implícito na Atração Interpessoal de  
Narcisistas e Não Narcisistas**

Dissertação para obtenção do grau de mestre em  
Psicologia Clínica e da Saúde

Trabalho efetuado sob a orientação de:  
Professora Doutora Alexandra Gomes



**UNIVERSIDADE DO ALGARVE**

Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

2024

**A Influência da Semelhança e do Egoísmo Implícito na Atração Interpessoal de  
Narcisistas e Não Narcisistas**

**Declaração de autoria de trabalho**

Declaro ser a autora deste trabalho, que é original e inédito. Autores e trabalhos consultados estão devidamente citados no texto e constam da listagem de referências incluída.

Assinatura

---

(Beatriz Sofia Lopes Amaro)

© **Copyright em nome de Beatriz Sofia Lopes Amaro**

A Universidade do Algarve reserva para si o direito, em conformidade com o disposto no Código do Direito de Autor e dos direitos Conexos, de arquivar, reproduzir e publicar a obra, independentemente do meio utilizado, bem como de a divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição para fins meramente educacionais ou de investigação e não comerciais, conquanto seja dado o devido crédito ao autor e editor respetivo.

## **Agradecimentos**

Ao concluir esta jornada acadêmica, sinto-me profundamente agradecida e privilegiada por poder expressar a minha gratidão a todos aqueles que, de diversas maneiras, contribuíram para a realização deste trabalho. Este percurso, repleto de desafios e aprendizagens, não teria sido possível sem o apoio, orientação e incentivo de pessoas especiais, cujo papel foi fundamental.

Gostaria de começar por agradecer a todos os participantes deste estudo, que generosamente dedicaram o seu tempo para contribuir com este trabalho. Sem a colaboração de cada um de vós, esta pesquisa não teria sido possível.

Tenho de expressar a minha gratidão à minha orientadora, Professora Doutora Alexandra Gomes, que sempre demonstrou um compromisso excepcional com o meu desenvolvimento académico. Agradeço toda a compreensão e ajuda, pois as suas críticas construtivas, foram fundamentais para a realização deste trabalho, bem como todas as reuniões, revisões e discussões que contribuíram para aprimorar toda a dissertação.

Um agradecimento muito especial aos meus pais, Paula e Cesário, por colocarem os meus estudos sempre em primeiro lugar, por me fornecerem as melhores condições e acreditarem em mim, espero deixar-vos muito orgulhosos.

À minha mana Mónica, que além de me apoiar sempre e ser a minha inspiração, ainda me deu a bênção de ter dois sobrinhos que foram uma alegria constante, a vocês João e Pedro.

Ao Ricardo, que faz quase 9 anos que me acompanha, e que tem dado um apoio incondicional em todos os desafios, estando sempre disponível para me ajudar e incentivar na conclusão de todas as etapas, obrigada por tudo.

Agradeço o apoio de toda a minha família, mas em especial à minha tia Célia, por estar sempre disponível e por me apoiar incondicionalmente, ao longo de todo o meu percurso académico. Sem ti tia, teria sido mais difícil.

Gostaria de expressar a minha profunda gratidão a todos os meus amigos, em especial a algumas pessoas que foram fundamentais ao longo da minha jornada. À Laura, a minha amiga de infância, com quem compartilhei todos os meus sonhos e aventuras desde os primeiros anos de vida. À Vanina, que conheci no 5º ano, e que tinha a ambição de se tornar psicóloga, despertou em mim o interesse pela psicologia. E às minhas queridas amigas Liliana e Margarida, que conheci nas primeiras semanas da universidade. Elas foram a minha fonte de motivação, apoio, segurança, amizade e companheirismo, elementos essenciais para que eu pudesse concluir este percurso.

A todos os professores que tive na Universidade do Algarve, pois todos enriqueceram o meu percurso e alimentaram o meu amor pela psicologia.

## **Resumo**

A atração interpessoal é um fenômeno central nas interações humanas, influenciando significativamente a qualidade e a dinâmica dos relacionamentos pessoais e profissionais. No entanto, os mecanismos subjacentes que determinam esta atração permanecem pouco explorados, particularmente no que respeita à influência da semelhança interpessoal, dos valores interpessoais e das características de personalidade, como o narcisismo, bem como algo mais inconsciente, como o egoísmo implícito. A compreensão destes fatores é essencial, uma vez que as interações interpessoais afetam não apenas o bem-estar individual, mas também a eficácia de contextos colaborativos, como equipas de trabalho ou ambientes terapêuticos.

O estudo teve como objetivo investigar a atração interpessoal com base na semelhança de valores interpessoais, no egoísmo implícito e no narcisismo. A pesquisa envolveu 74 participantes que avaliaram a sua atração social e para a tarefa em cenários manipulados, com diferentes perfis interpessoais. A metodologia consistiu na manipulação dos cenários para criar condições de semelhança, avaliando o impacto do egoísmo implícito e do narcisismo na atração interpessoal.

A primeira hipótese sugeria que a semelhança de valores interpessoais aumentaria a atração interpessoal. Os resultados confirmaram essa hipótese, revelando que os participantes se sentiam significativamente mais atraídos por indivíduos com perfis semelhantes aos seus, tanto na atração social quanto na atração para a tarefa. A segunda hipótese, que previa um impacto positivo do egoísmo implícito na atração interpessoal, também foi confirmada. A presença de egoísmo implícito aumentou a atração interpessoal, independentemente da semelhança de valores.

A terceira hipótese, que sugeria uma interação entre narcisismo, semelhança e egoísmo implícito, foi parcialmente confirmada. Embora a interação entre narcisismo e

semelhança de valores não tenha sido significativa, observou-se que os narcisistas tendem a se sentir mais atraídos por indivíduos com traços semelhantes aos seus, especialmente quando o egoísmo implícito está presente.

**Palavra-chave:** Atração interpessoal, semelhança interpessoal, valores interpessoais, egoísmo implícito, narcisismo.



## **Abstract**

Interpersonal attraction is a central phenomenon in human interactions, significantly influencing the quality and the dynamics of personal and professional relationships. However, the underlying mechanisms that determine this attraction remain unexplored, particularly when it comes to the influence of interpersonal similarity, interpersonal values and personality characteristics, such as narcissism, as well as something more unconscious, like implicit egoism. The comprehension of these factors is essential, since interpersonal interactions affect not only the individual well-being, but also the efficacy of collaborative contexts, such as work teams or therapeutic environments.

The study's aim was an objective to investigate interpersonal attraction based on the similarity of interpersonal, implicit egoism and narcissism. The research involved 74 participants who evaluated their social and task attraction in manipulated scenarios, with different interpersonal profiles. The methodology consists of manipulating scenarios to create conditions of similarity, evaluating the impact of implicit selfishness and narcissism on interpersonal attraction.

The first hypothesis suggested that similarity of interpersonal values would increase interpersonal attraction. The results confirmed this hypothesis, revealing that participants felt significantly more attracted to individuals with profiles like theirs, both in terms of social attraction and attraction to the task. The second hypothesis, which predicted a positive impact of implicit egoism on interpersonal attraction, was also confirmed. The presence of implicit egoism increased interpersonal attraction, regardless of similarity in values. The third hypothesis, which suggested an interaction between narcissism, similarity and implicit egoism, was partially confirmed. Although the interaction between narcissism and value similarity was not significant, it was observed

that narcissists tend to be more attracted to individuals with traits like their own, especially when implicit egoism is present.

**Keywords:** Interpersonal attraction, interpersonal similarity, interpersonal values, implicit egoism and narcissism.

## Índice

Introdução.....	1
Similaridade na Atração Interpessoal .....	2
Julgamento interpessoal: Agência e comunhão .....	5
Valores interpessoais .....	7
Egoísmo implícito.....	8
Narcisismo .....	11
Overview do estudo, objetivos e hipóteses.....	15
Metodologia.....	17
Participantes.....	18
Medidas e procedimento .....	18
Dados sociodemográficos .....	20
Egoísmo implícito .....	20
A Escala do Circumplexo de Valores Interpessoais (CSIV).....	21
Inventário de Personalidade Narcisista (NPI-40).....	22
Construção e testagem dos cenários.....	24
Manipulação dos cenários .....	26
Atração Interpessoal.....	28
Resultados.....	29
Análise descritiva das variáveis independentes .....	29
Teste de hipóteses .....	33
Discussão.....	43
Conclusão .....	46
Referências Bibliográficas.....	48

Anexos .....	53
Anexo A. Textos base dos perfis .....	53

## Índice de Tabelas

<b>Tabela 1.</b> Representação do número de condições por variáveis independentes .....	17
<b>Tabela 2.</b> Constituição de grupos através do ponto de corte .....	29
<b>Tabela 3.</b> Estatística descritiva dos valores interpessoais.....	30
<b>Tabela 4.</b> Correlação entre as dimensões dos valores interpessoais e narcisismo.....	32
<b>Tabela 5.</b> ANOVA de medidas repetidas para Efeitos Intra-Sujeitos do Egoísmo Implícito e Narcisismo, por Semelhança de Perfis, na Atração Interpessoal .....	37
<b>Tabela 6.</b> ANOVA Efeito inter sujeitos para Narcisismo. ....	38

## Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b> Procedimentos da realização da investigação .....	19
<b>Figura 2.</b> Gráfico de médias marginais estimadas da variável atração interpessoal pela semelhança presente nos perfis. ....	34
<b>Figura 3.</b> Gráfico de médias marginais estimadas da variável atração social pela semelhança presente nos perfis. ....	35
<b>Figura 4.</b> Gráfico de médias marginais estimadas da variável atração interpessoal pelo egoísmo implícito presente nos perfis. ....	36
<b>Figura 5.</b> Gráfico de médias marginais estimadas da Atração Interpessoal por condição de Egoísmo Implícito e Grupo de Narcisismo, em condições de semelhança e dissemelhança de perfis. ....	39
<b>Figura 6.</b> Resposta (NÃO) dos participantes sobre o estabelecimento de amizade com os perfis. ....	41
<b>Figura 7.</b> Resposta (SIM) dos participantes sobre o estabelecimento de amizade com os perfis. ....	42

## Introdução

Os relacionamentos interpessoais bem-sucedidos tendem a ter um impacto positivo e significativo no bem-estar emocional dos indivíduos, e estes estão dependentes do processo de atração interpessoal. Sendo um processo base nos relacionamentos interpessoais, perceber porque é que nos sentimos atraídos é extremamente importante para compreender como esses relacionamentos se desenvolvem. O conceito de atração tem tido, por isso, elevada atenção e múltiplas definições.

O conceito ou ideia do que se entende por “atração” foi sofrendo evoluções até aos dias de hoje. A primeira definição científica surge em 1500, na área médica, como a tendência do corpo para absorver líquidos e alimentos. Posteriormente, passou a referir-se à capacidade de dois corpos se atraírem mutuamente. Atualmente, a palavra atração não se refere apenas a objetos, mas também a pessoas, sendo utilizada para definir a capacidade de uma pessoa atrair outra pessoa para si (Montoya & Horton, 2014).

Podemos concetualizar a atração interpessoal como uma avaliação imediata que fazemos acerca dos outros, e que irá determinar o grau de proximidade e intimidade que se seguirá (Chu & Lowery, 2023), entendendo-se assim que é a base para o estabelecimento de relações de amizade, para a avaliação que fazemos de colegas de trabalho, de potenciais parceiros (sexuais ou românticos), e até mesmo de pessoas desconhecidas, com as quais não teremos contactos futuros. Será o equivalente a determinar o quanto gostamos de alguém, nos primeiros contactos que temos com essa pessoa.

Este conceito pode confundir-se com outros construtos como, por exemplo, paixão, amor romântico, apego, parentesco, entre outros. Enquanto a atração interpessoal estabelece uma avaliação imediata, os restantes construtos definem experiências interpessoais relativamente duradouras (Decan & Kan, 2024). Ainda assim, parecem estar

interligadas, porque o potencial de desenvolvimento de qualquer relação parte, precisamente, de uma avaliação inicial favorável.

Uma das preocupações da investigação foi, precisamente, conhecer o que determina a atração interpessoal. Iniciaremos por explorar o papel da similaridade, definido originalmente por Newcomb (1956), como o grau de semelhança percebida entre o *self* do avaliador e do alvo, medidas através das autodescrições fornecidas pelos participantes dos estudos por ele conduzidos, como um dos principais determinantes da atração.

### **Similaridade na Atração Interpessoal**

A similaridade refere-se ao grau em que duas pessoas compartilham características, atitudes, valores, interesses ou traços de personalidade. É um dos principais determinantes da atração interpessoal. A hipótese da similaridade-atração, proposta inicialmente por Byrne (1971), argumenta que a similaridade promove a atração porque valida as crenças e preferências pessoais, criando uma sensação de conforto.

O modelo bidimensional de Montoya e Horton (2012) propõe que a atração interpessoal está profundamente ligada aos objetivos e interesses individuais. De acordo com este modelo, as pessoas avaliam outras com base no potencial destas para facilitar ou dificultar a concretização de objetivos específicos, como alcançar aceitação social, promover interesses pessoais ou evitar experiências negativas. Quando um determinado objetivo se torna prioritário, a pessoa analisa com maior cuidado como os indivíduos ao seu redor podem contribuir para o seu cumprimento. Assim, a atração por outra pessoa surge da percepção de que ela pode desempenhar um papel favorável na realização desse objetivo, tendo por base um processo dinâmico e ajustado ao contexto social e emocional de cada indivíduo.



Este mesmo modelo considera, ainda, que a atração se suporta no efeito de semelhança entre esses mesmos objetivos e interesses. Os indivíduos parecem preferir estímulos que reforcem a lógica e a consistência do seu próprio mundo, e as pessoas que concordam conosco e que validam as nossas ideias e atitudes, acabam por realizar esse reforço, o que resulta em sentimentos positivos e que por sua vez determinam a atração (Montoya & Horton, 2012).

As pessoas tendem, ainda, a prever que as atitudes, crenças, experiências, comportamentos e características dos outros serão semelhantes aos seus próprios valores. Este fenômeno é conhecido pelo nome de similaridade assumida, que demonstra como as representações do Eu e as representações dos outros estão ligadas, acabando por influenciar as relações sociais (Locke et al., 2012). Decan e Kan (2024) sugerem que a semelhança assumida em relação ao outro prediz sentimentos de atração e conexão, podendo melhorar a cooperação e desempenho mesmo entre estranhos. Nos casais românticos a semelhança assumida pode aumentar os sentimentos de união, compreensão e satisfação no relacionamento.

É possível que a similaridade, no tocante aos comportamentos interpessoais e que emergem da conjugação destes dois fatores, influencie o grau de atração. E parece também que os seres humanos estão inclinados para assumir semelhanças entre si e os outros.

Se a atração é determinada pela informação que se tem da outra pessoa, a informação disponível atua como uma influência direta e imediata na atração (Montoya & Horton, 2012), e torna-se essencial compreender como é que essa avaliação influencia a atração sentida.

Finkel e Eastwick (2015) investigaram os princípios da atração interpessoal, incluindo a similaridade. Os resultados apoiam a importância da similaridade ao

demonstrar que as pessoas tendem a formar relações mais satisfatórias com aqueles que compartilham características semelhantes, com interações avaliadas como mais gratificantes e duradouras.

Os autores propõem uma estrutura teórica unificada que integra várias abordagens, argumentam que a atração deve ser entendida como um processo dinâmico e multidimensional, onde múltiplos fatores - incluindo biológicos, psicológicos e sociais - interagem de forma complexa. Também é enfatizada a necessidade de considerar a complexidade dos fatores que influenciam a atração, propondo uma abordagem mais holística e integrada para futuras pesquisas (Finkel & Eastwick, 2015).

Abbasi e colaboradores (2023), na sua investigação sustentam que a atração interpessoal, facilitada pela similaridade, também pode melhorar significativamente o desempenho organizacional, entre colegas. Argumentam que, quando os indivíduos se sentem atraídos por colegas com quem compartilham valores, atitudes e crenças, a comunicação e a colaboração tornam-se mais eficientes. O que resulta num ambiente de trabalho mais coeso, no qual os colaboradores se sentem mais confortáveis em partilhar ideias, resolver problemas em conjunto e apoiar mutuamente as suas responsabilidades.

Baumeister e Leary (1995) defendem que a necessidade de pertença é uma das motivações humanas fundamentais. Esta teoria sugere que os seres humanos têm um desejo inerente de formar e manter laços interpessoais duradouros e positivos. Este impulso não é apenas um aspeto secundário ou derivado de outras necessidades, mas sim uma necessidade essencial que influencia uma ampla gama de comportamentos humanos.

Para satisfazer a necessidade de pertença, os indivíduos utilizam o julgamento interpessoal, sendo este o processo pelo qual avaliamos e formamos impressões sobre os outros, influenciado por fatores como características pessoais e contextos sociais. Este

processo é essencial para entender e antecipar o comportamento alheio, facilitando as interações sociais e fortalecendo as relações (Kervyn et al., 2010).

### **Julgamento interpessoal: Agência e comunhão**

Existem duas dimensões fundamentais para o julgamento interpessoal tanto de pessoas (o eu e os outros) como de grupos (endo e exogrupos): agência e comunhão (Locke et al., 2012). A agência expressa a orientação para atingir os objetivos do eu, com eficiência. Surge dos esforços para individualizar e expandir o *self*, envolvendo qualidades como: instrumentalidade, viés egoísta, desejo intelectual, autointerpretação independente, ambição, domínio, competência e eficiência na obtenção das metas. De modo a atingir esses objetivos, alguns traços agênticos devem estar presentes no indivíduo como, por exemplo, demonstrar ser uma pessoa ativa, decisiva, confiante e eficiente (Abele & Wojciszke, 2007).

Por outro lado, a comunhão surge dos esforços para integrar o eu numa unidade social mais ampla, por meio do cuidado com os outros. É a dimensão mais relevante, sendo até primordial, devido à importância que os relacionamentos próximos e seguros (amizade, confiança, empatia, ajuda) acarretam para a sobrevivência dos indivíduos. Alguns traços de comunhão recaem sobre a cooperação, a expressividade emocional, foco nos outros e no seu bem-estar. Esta dimensão relaciona-se com desejabilidade social, moralidade, consideração, viés moralista e autointerpretação interdependente (Abele & Wojciszke, 2007).

Destas duas dimensões, a comunhão parece ser aquela que está intimamente ligada à ideia de cordialidade ou calor nas interações sociais, o que pode influenciar significativamente a formação de vínculos interpessoais e a coesão social. Indivíduos que apresentam altos níveis de comportamentos comunais tendem a ser percebidos como mais atraentes socialmente, o que pode facilitar a formação de redes sociais fortes e de apoio

(Montoya & Horton, 2014). Além disso, pesquisas sobre interações sociais indicam que as conexões mais fortes tendem a ocorrer entre pessoas com interesses e características semelhantes, onde a confiança e a sensação de pertença são elevadas. Esse tipo de vínculo é particularmente relevante para o bem-estar, pois proporciona uma rede de apoio emocional e material. A comunhão, portanto, é um tema recorrente que evidencia como a cordialidade e a empatia influenciam positivamente a qualidade das interações sociais e a construção de comunidades fortes (Small & Adler, 2019). No entanto, o modelo de dupla perspectiva também reconhece que comportamentos comunais podem ser mal interpretados ou subestimados em contextos onde a competição e a autonomia são mais valorizadas.

A agência, por sua vez, está associada à dimensão de competência nas interações sociais, e é especialmente valorizada em contextos onde o sucesso individual, a realização pessoal e a competitividade são centrais. Indivíduos que exibem altos níveis de comportamentos agênticos são muitas vezes admirados pelas suas habilidades e conquistas, e podem ocupar posições de liderança ou influência, tornando-se mais atraentes. Contudo, como no caso do conteúdo comunal, comportamentos agênticos podem ser percebidos negativamente em contextos que privilegiam a cooperação e a harmonia social (Abele & Wojciszke, 2014). Ainda assim, Abele e Wojciszke (2007) sugerem que em certas condições, pode também gerar benefícios para os outros. Por exemplo, uma pessoa eficiente na concretização de objetivos desejáveis, tanto para si como para os outros, torna a sua agência vantajosa para ambos. Isto mostra que os traços agênticos podem ser socialmente úteis em determinados contextos.

O modelo de dupla perspectiva de Abele e Wojciszke (2014) não distingue apenas entre os conteúdos comunal e agêntico, mas também explora como esses conteúdos interagem para moldar as percepções e atitudes sociais. Em muitas situações, essas duas

dimensões não são mutuamente exclusivas e podem coexistir em graus variados numa única pessoa. Por exemplo, um líder carismático pode ser visto como altamente agêntico pela sua competência e assertividade, enquanto também é percebido como comunal se demonstrar empatia e cuidado com a sua equipa.

### **Valores interpessoais**

Os valores interpessoais referem-se às crenças e preferências que moldam como os indivíduos percebem e interagem com os outros em contextos sociais. Esses valores desempenham um papel crucial na forma como avaliamos e respondemos aos comportamentos dos outros, influenciando assim a qualidade e a natureza das nossas relações (Muller et al., 2022). No entanto, as diferentes formas como as pessoas experienciam e expressam esses valores podem variar consideravelmente, o que é explorado no modelo do Circumplexo dos Valores Interpessoais de Locke (2000).

Este modelo foi desenvolvido para captar diferenças individuais na sensibilidade de diferentes comportamentos interpessoais, tendo também como base os eixos de agência e comunhão. Organiza os fenómenos interpessoais (comportamentos, traços, motivos...) de maneira circular em torno das duas dimensões ortogonais da agência e comunhão, orientando-se para os elementos discordantes e sensíveis do comportamento interpessoal. A agência varia de comportamento assertivo/dominante a não assertivo/submisso, refletindo o status relativo ao indivíduo. A comunhão varia de um comportamento caloroso/gradável a um comportamento frio/conflituoso, evidenciando até que ponto a pessoa se dá bem com os outros (Muller et al., 2022).

No modelo, os comportamentos semelhantes são colocados lado a lado, enquanto comportamentos opostos são colocados em lados opostos do círculo. Assim, os valores podem ser divididos em oito segmentos, ambicioso-dominante, sociável-extrovertido,

amigável, ingênuo, submisso, distante-introvertido, agressivo-hostil, arrogante-calculista, cada um representando uma mistura específica de agência e comunhão (Locke et al., 2012).

Comportamentos que estão alinhados com os próprios valores interpessoais, geralmente, são menos incômodos para os indivíduos, do que comportamentos que são percebidos como opostos aos seus próprios valores. Por exemplo, indivíduos que valorizam a assertividade podem se sentir mais confortáveis em interações com pessoas que exibem comportamentos assertivos, enquanto podem se sentir mais desconfortáveis com comportamentos submissos. Esses fatores influenciam diretamente o grau de atração que sentimos por outras pessoas. O entendimento desses valores e comportamentos pode ajudar a prever e explicar as dinâmicas interpessoais e melhorar a qualidade das interações sociais (Muller et al., 2022).

A semelhança entre valores tem sido bastante identificada como um dos fatores mais importantes na predição da atração interpessoal. A teoria da semelhança-atração desenvolvida por Byrne et al. (1971), afirma que as pessoas tendem a sentir-se mais atraídas por outras pessoas que compartilhem os mesmos valores, atitudes e crenças. A partilha de valores semelhantes facilita a comunicação, cooperação e harmonização entre indivíduos, reduzindo a probabilidade de conflitos (Klohn & Luo, 2003). Além dos valores interpessoais, o egoísmo implícito emerge como um fator influente na atração interpessoal.

### **Egoísmo implícito**

A similaridade assumida entre indivíduos e os seus comportamentos interpessoais, assenta na ideia de que há um esforço e capacidade cognitiva para processar essa

informação (do que gostam, como se apresentam, como agem). Contudo, na atração, a semelhança parece também recair sobre elementos arbitrários.

No caso do egoísmo implícito, este é definido como uma tendência automática e inconsciente das pessoas em preferir coisas que estão associadas a elas próprias. Pelham et al. (2005) explicam que o egoísmo implícito é um subproduto do egocentrismo humano e da autoestima. A ideia é que as pessoas tendem a ver-se de forma positiva, e essa visão positiva é automaticamente transferida para coisas que estão associadas a elas mesmas (Pelham et al., 2005). As associações positivas das pessoas sobre si mesmas parecem disseminar-se nas avaliações de objetos associados ao *self*, como é exemplo o seu nome, a sua cidade ou a sua data de nascimento. Este fenómeno sugere que uma pessoa com o nome de *Jesse* e outra com o nome de *Jennifer* podem partilhar associações positivas sobre a letra J. Esta semelhança, aparentemente arbitrária, pode fazer com que se sintam mais atraídas entre si (Jones et al., 2004).

O egoísmo implícito também constitui um sentimento de segurança inconsciente que aumenta a atração das pessoas por objetos, sítios, profissões e pessoas que se assemelham a si mesmas. Uma das implicações mais interessantes do egoísmo implícito é sua influência na atração interpessoal. Os autores discutem como as pessoas tendem a preferir parceiros românticos, amigos e colegas de trabalho que compartilham características pessoais semelhantes, como iniciais de nomes ou aniversários próximos. Esta tendência pode ser vista como uma forma de procurar validação e conforto, pois estar com pessoas que se assemelham a nós pode reforçar sentimentos positivos sobre nós mesmos (Pelham et al., 2005).

Parece razoável esperar que as pessoas com alto gosto pela letra do seu nome sejam especialmente propensas aos efeitos do egoísmo implícito. Jones et al. (2004) observaram uma incidência significativamente maior de casamentos entre pessoas com

iniciais de nomes iguais. Os resultados do estudo fornecem forte apoio à ideia de que o egoísmo implícito desempenha, a par de outros fatores, um papel na atração interpessoal. A hipótese explicativa parte do efeito da mera exposição e da familiaridade com características próprias, que poderá promover uma avaliação mais positiva daqueles que partilham características arbitrárias connosco e, por outro lado, pelo desejo de autoafirmação, onde as pessoas procuram relacionamentos que reforcem a sua autoimagem positiva (Jones et al., 2004).

Chandler et al. (2008) exploraram como as iniciais compartilhadas podem influenciar as doações para vítimas de desastres. O estudo investiga a hipótese de que as pessoas são mais propensas a doar para causas relacionadas a indivíduos ou locais que compartilhem a mesma inicial de nome, devido a um processo inconsciente de identificação e preferência por elementos que se assemelham ao próprio nome. O estudo passou pela apresentação de cenários de desastres a participantes, onde os nomes das vítimas ou das localidades compartilhavam ou não iniciais com os mesmos. Os resultados mostraram que as doações eram significativamente maiores quando havia uma correspondência nas iniciais.

Polman et al. (2013) investigaram se a partilha de iniciais entre membros de um grupo poderia melhorar a qualidade do trabalho colaborativo. Os autores previram que a semelhança das iniciais dos nomes dos membros aumentaria a coesão e a identificação com o grupo. Para testar esta hipótese, os participantes foram organizados em grupos para realizar tarefas colaborativas. As principais variáveis analisadas foram a presença de iniciais partilhadas entre os membros e a qualidade do trabalho produzido, avaliada por juízes independentes com base em critérios específicos da tarefa. Os resultados revelaram que grupos onde os membros partilhavam iniciais produziram trabalho de qualidade superior em comparação com grupos sem iniciais partilhadas. Este efeito foi atribuído a



um aumento na coesão e na identificação grupal, facilitados pela perceção de semelhança ou familiaridade induzida pelas iniciais partilhadas.

Ainda que exista alguma controvérsia associada ao egoísmo implícito, sugerimos que o facto de assumirmos que os outros nos são semelhantes (similaridade assumida) pode efetivamente basear-se em aspetos mais arbitrários, conduzindo a nossa atenção sobre os elementos que usamos para julgar os outros na sua sociabilidade e agência. Parece existir suporte para a ideia de que o egoísmo implícito influencia a atração interpessoal, já que as pessoas parecem preferir outras pessoas que são arbitrariamente associadas a si mesmas. Posto isto, é possível sugerir que o egoísmo implícito seja um fenómeno válido e replicável que influencia a escolha das pessoas em relação a outras (Jones et al., 2004). A interseção entre egoísmo implícito e narcisismo oferece uma perspetiva adicional sobre a atração interpessoal.

## **Narcisismo**

O narcisismo é um traço de personalidade caracterizado por um senso exagerado de importância própria, necessidade intensa de admiração e falta de empatia pelos outros. Indivíduos com altos níveis de narcisismo exibem frequentemente comportamentos autossuficientes e procuram validação constante para manter a sua autoimagem grandiosa. O narcisismo nem sempre tem a mesma gravidade, tendo um espectro que vai das formas mais leves às mais graves, sendo estudado tanto como um traço contínuo de personalidade, quanto como uma perturbação, refletindo uma variedade de comportamentos e atitudes relacionados à autoimagem e interação social (Paulhus et al., 2020).

A forma mais grave desta condição é designada Perturbação Narcísica da Personalidade. De acordo com o Manual de Diagnóstico e Estatística das Perturbações Mentais (5.<sup>a</sup> ed.; DSM-5, Associação Psiquiátrica Americana [APA], 2013, p. 589), esta

perturbação caracteriza-se por um padrão generalizado de grandiosidade (em fantasia ou comportamento), necessidade excessiva de admiração e falta de empatia. Surge habitualmente no início da idade adulta e manifesta-se em múltiplos contextos. Alguns exemplos incluem sentimentos de inveja em relação aos outros ou a crença de que é alvo de inveja, a convicção de ser especial e único, e a tendência para explorar os outros, utilizando-os para alcançar os próprios objetivos.

Os indivíduos com esta perturbação apresentam um grande senso de importância, superestimam as suas habilidades e exageram os seus talentos, sendo muitas vezes julgados pelos outros como sendo arrogantes. Frequentemente, estão envolvidos em fantasias de sucesso ilimitado, poder, beleza e charme (Giuseppe et al., 2021).

Para Joshua et al. (2011) o narcisismo não se assinala tanto pelo sentimento de grandeza, mas pelo medo do vazio e da falta de sentido. Os sinais característicos das pessoas narcisistas são acessos de raiva ou lágrimas, quando o que fazem não é suficientemente perfeito aos seus olhos, ou quando algo questiona o seu orgulho e amor próprio. Sendo sensível ao sentimento de vergonha, o narcisista tende a não assumir a responsabilidade pelos seus atos e pode chegar ao ponto de negar evidências tais como, negar ter dito ou feito determinada coisa, insinuando que o seu interlocutor tem lapsos de memória ou que está a inventar. Este facto pode ser considerado um mecanismo de defesa e uma manipulação psicológica. Uma característica importante dos narcisistas é projetar nos outros fraquezas ou defeitos que temem ter, o que permite ao narcisista julgar negativamente os outros e não a si mesmo.

Para entender melhor a relação entre narcisismo e a avaliação de outras pessoas, é fundamental explorar diferentes facetas do narcisismo e como estas influenciam as perceções e interações interpessoais. Tradicionalmente o foco das pesquisas esteve no narcisismo agêntico, caracterizado por traços como a procura por poder, *status* e

autopromoção. Indivíduos com esse tipo de narcisismo tendem a exibir confiança excessiva, assertividade e uma preocupação predominante com a própria competência e sucesso pessoal. Eles procuram ser admirados pelas suas habilidades e conquistas, muitas vezes à custa dos outros, manifestando comportamentos dominadores e autoritários (Gebauer et al., 2012).

Em contraste, narcisismo comunal é um conceito relativamente novo introduzido por Gebauer e colaboradores (2012), que descreve indivíduos que se veem como extraordinariamente altruístas, empáticos e moralmente superiores, ao contrário dos narcisistas agênticos, que procuram reconhecimento por suas realizações e poder. Os narcisistas comunais desejam ser valorizados por sua suposta preocupação e benevolência para com os outros. Apesar da sua aparência de altruísmo, estes indivíduos estão, na realidade, procurando uma validação social semelhante à dos narcisistas agênticos, mas através de ações que são percebidas como socialmente desejáveis e moralmente elevadas. Ambas as formas de narcisismo compartilham uma necessidade subjacente por reconhecimento e validação, mas expressam-se de maneiras diferentes.

No contexto do narcisismo, as percepções iniciais das pessoas são frequentemente influenciadas pelos traços agênticos exibidos pelos narcisistas. Back e colaboradores (2010) exploraram como a competência, confiança e assertividade, características típicas do agenciamento, contribuem para a primeira impressão positiva que os narcisistas costumam causar, sendo estas qualidades frequentemente associadas a pessoas bem-sucedidas e capazes, o que pode levar os outros a considerar os narcisistas como indivíduos atraentes e dignos de admiração no início de uma interação.

Narcisistas com traços agênticos predominantes podem inicialmente ser admirados e respeitados pela sua confiança e aparente competência. No entanto, a falta de traços comunais pode eventualmente revelar uma natureza mais egoísta afastando as

peças e diminuindo a atração interpessoal ao longo do tempo. Por outro lado, se um narcisista exibe características comuns, pode ser mais fácil para estabelecer conexões emocionais e ser gostado, mesmo que essas características sejam falsas para satisfazer as suas necessidades de validação e adoração (Wojciszke & Baryla, 2009).

O encanto inicial pelos narcisistas pode ser superficial e temporário; à medida que os relacionamentos se desenvolvem, aspectos menos favoráveis do narcisismo, como a falta de empatia, a necessidade constante de validação e a propensão para comportamentos manipulativos, podem começar a emergir. Back et al. (2010) referem que, com o tempo, as interações contínuas permitem que os outros percebam a discrepância entre a aparência inicial de calor e os comportamentos mais egoístas e egocêntricos dos narcisistas. Este contraste pode levar a uma reavaliação das percepções iniciais, resultando numa mudança de atitude por parte dos outros, que passam a ver o narcisista de maneira menos positiva. Assim, a dinâmica entre os traços agênicos e comuns no narcisismo é fundamental para entender como os narcisistas interagem com os outros e como são percebidos ao longo do tempo (Beck et al., 2011).

Morf e Rhodewalt (2001), defendem no seu estudo um Modelo Dinâmico de Autorreferência, propondo que o comportamento narcisista é fundamentalmente impulsionado pela necessidade de manter uma autoimagem grandiosa, e que os narcisistas desenvolvem estratégias ativas e adaptativas para regular as percepções de si mesmos em diferentes contextos sociais. Os narcisistas envolvem-se em comportamentos autossuficientes e manipuladores, procurando constantemente validação externa que confirme a sua superioridade. Tendem a escolher parceiros e amigos que compartilham características semelhantes, com o objetivo de espelhar e validar a sua própria grandiosidade (Campbell et al., 2002; Morf & Rhodewalt, 2001).

Nas relações, os narcisistas procuram constantemente evitar críticas ou desafios à sua autopercepção. Pessoas semelhantes a eles, com características de autoestima elevada, alta confiança ou com necessidades de validação social, são mais propensas a oferecer o tipo de *feedback* positivo que os narcisistas desejam. Esta procura por pessoas semelhantes serve como uma estratégia de defesa, ajudando-os a evitar sentimentos de vulnerabilidade e insegurança (Morf & Rhodewalt, 2001).

### **Overview do estudo, objetivos e hipóteses**

A atração interpessoal é um processo determinante para estabelecer relações sociais de proximidade, referindo-se ao grau em que gostamos de alguém num ponto inicial da relação. Este “gostar de alguém” parece ser afetado pelo grau de semelhança entre as pessoas, que depende da avaliação que realizamos dos valores interpessoais percebidos (Montoya & Horton, 2012). A presença de valores agênticos e valores de comunhão exerce um efeito diferenciado no gostar dos outros. Estudos indicam que tendemos a preferir pessoas que apresentam valores no eixo da comunhão, uma preferência que está enraizada na necessidade humana de conexão e apoio social (Decan & Kan, 2024). No entanto, a agência também tem valor social, contribuindo para a complexidade na identificação e predição de preferências interpessoais, conforme discutido por Abele e Wojciszke (2007, 2014) na sua análise das dimensões de agência e comunhão.

Um dos aspetos interessantes da percepção de semelhança é que esta parece assentar tanto em processos de elevado esforço cognitivo, como o julgamento social, quanto em processos menos exigentes do ponto de vista cognitivo, como sugerido pelo conceito de egoísmo implícito. Este último propõe que nos sentimos atraídos e fazemos avaliações mais positivas de pessoas que partilham dados arbitrários connosco, como a

letra inicial do nome (Pelham et al., 2005; Jones et al., 2004). Assim, uma previsão interessante seria que, mesmo quando os valores interpessoais não são claramente semelhantes, a presença de elementos de egoísmo implícito pode aumentar a atração interpessoal, sugerindo que fatores superficiais podem ter um impacto significativo nas percepções iniciais.

Além disso, é importante considerar o papel do narcisismo nas avaliações interpessoais. Indivíduos com altos níveis de narcisismo, especialmente na sua forma agêntica, podem procurar interações que reforcem a sua autoimagem grandiosa e validação externa (Back et al., 2010; Gebauer et al., 2012). Este comportamento sugere que tais indivíduos podem ser mais sensíveis à similaridade percebida que valida o seu próprio valor, mas também podem ser influenciados por elementos de egoísmo implícito, que proporcionam uma forma rápida e inconsciente de validação.

Assim, o principal objetivo consiste em avaliar o efeito de semelhança entre valores interpessoais, na atração pelo outro, replicando os estudos prévios neste campo. Contudo, propomo-nos, ainda, a verificar o efeito que o egoísmo implícito e o traço de narcisismo podem ter na atração interpessoal a partir da semelhança entre valores interpessoais.

Portanto, as previsões de resultados deste estudo incluem: (1) uma maior atração interpessoal em contextos onde há uma alta similaridade nos valores interpessoais (2) um efeito positivo do egoísmo implícito na atração interpessoal, independentemente da similaridade de valores, e (3) indivíduos narcisistas demonstram uma maior sensibilidade à similaridade e ao egoísmo implícito, resultando em uma atração interpessoal mais acentuada pelos indivíduos que partilham o mesmo perfil de valores e que apresentam características implícitas semelhantes.

## Metodologia

A metodologia deste estudo foi estruturada para investigar o efeito da semelhança entre valores interpessoais e egoísmo implícito (variáveis independentes) na atração interpessoal (variável dependente). O narcisismo foi controlado para constituição de grupos.

Com vista a testar o objetivo supramencionado, realizamos um estudo fatorial com 3 fatores independentes:

**2 Semelhança** (Valores idênticos vs. Valores opostos) x **2 Egoísmo Implícito** (Com vs. Sem) x **2 Narcisismo** (Reduzido x Elevado)

Um conjunto de cenários (tipo perfis em site de encontros) foi manipulado para corresponder a este *design*, com vista à avaliação do grau de atração interpessoal imediata (variável dependente).

**Tabela 1.** Representação do número de condições por variáveis independentes

	Valores idênticos	Valores opostos
Reduzido narcisismo	Com egoísmo implícito	Com egoísmo implícito
	Sem egoísmo implícito	Sem egoísmo implícito
Elevado narcisismo	Com egoísmo implícito	Com egoísmo implícito
	Sem egoísmo implícito	Sem egoísmo implícito

O estudo gerou um total de 8 condições possíveis. O narcisismo foi utilizado para formar grupos definidos previamente, com base nos *scores* obtidos pelos participantes antes da avaliação dos cenários.

## **Participantes**

Foi alvo do estudo a população portuguesa, maior de idade, com capacidade para ler e interpretar os estímulos apresentados. A técnica de amostragem utilizada foi não probabilística por conveniência, sendo os participantes selecionados com base na sua disponibilidade e acessibilidade ao investigador. Foram considerados elementos de exclusão a idade (<18) e pouco domínio da língua portuguesa.

Foram abordadas 120 pessoas, portuguesas, maiores de idade, das quais 75 dispuseram-se a participar. A recolha organizou-se em 3 fases distintas, conforme descrito na secção de procedimentos. Na primeira fase tivemos 75 participantes a responder ao instrumento inicial; na segunda e terceira fases um dos participantes retirou-se do estudo por vontade própria, pelo que 74 participantes concluíram todas as medidas.

A amostra final é constituída por 49 participantes do género feminino (66.2%), 24 participantes do género masculino (32.4%) e 1 participante identificado como não-binário. As idades estão compreendidas entre os 18 e os 58 anos. Dado que a orientação sexual poderá impactar a o processo de avaliação de atração interpessoal, esta foi medida tendo-se observar que 13.5% responderam ter uma orientação bissexual, 73.0% heterossexual, 6.8% a homossexual. De notar que 4.1% não quis responder à questão e 2.7% responderam “outra”, sem lugar a especificação da mesma. Foi questionado o tipo de relação em que os participantes se encontravam, sendo que 1.4% afirmam estar num relacionamento aberto, 52.7% estão numa relação exclusiva, 40.5% estão sozinhos e 5.4% dos participantes sem resposta.

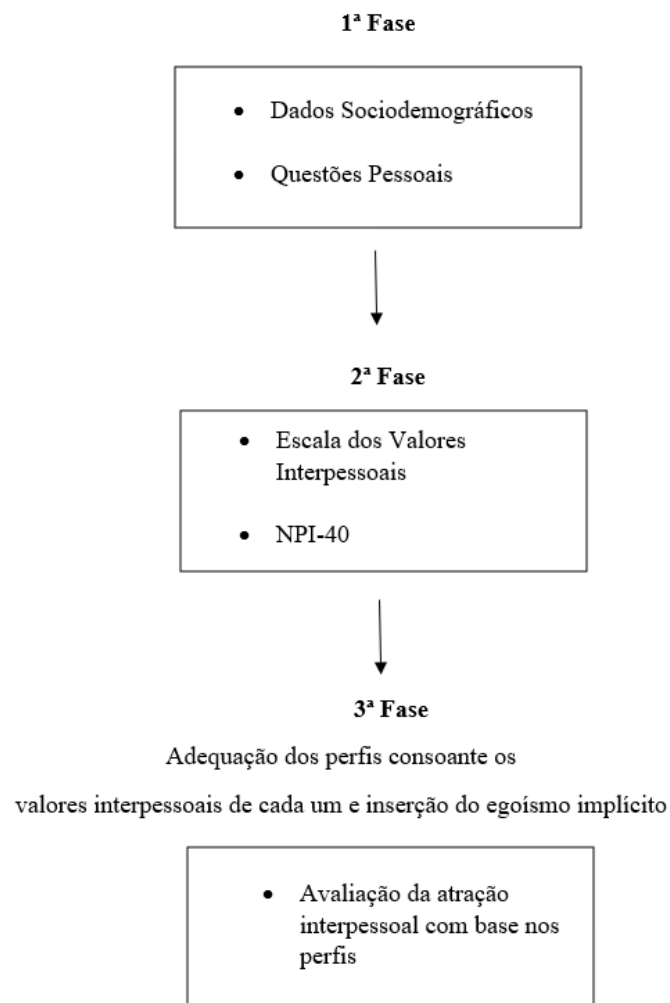
## **Medidas e procedimento**

Os instrumentos apresentados em seguida, foram aplicados em fases distintas, para garantir a manipulação de variáveis. Dada a dificuldade em destringir a instrumentação do procedimento, ambas as secções serão apresentadas em conjunto. A



figura 1 pretende ilustrar o fluxo de aplicação de instrumentos ao longo das fases de recolha. O presente estudo foi realizado de forma virtual, tendo em conta as vantagens desta modalidade (Oliveira et al., 2021).

**Figura 1.** *Procedimentos da realização da investigação*



**Primeira fase da recolha de dados.** Numa primeira fase, os participantes foram abordados para participar no estudo através das suas redes sociais e canais de comunicação informais. O estudo era explicado em pormenor e foi pedido o consentimento de recolha de informações pessoais neste âmbito, garantindo a confidencialidade dos dados e explicando a utilização dos mesmos, sem, no entanto,

referir informações que afetassem os resultados do estudo (p.ex. egoísmo implícito). A primeira recolha de dados referia-se apenas a dados sociodemográficos e à operacionalização da variável referente ao egoísmo implícito.

### ***Dados sociodemográficos***

Foram recolhidas informações específicas para caracterizar a amostra e aplicar critérios de exclusão, como a idade, o género com que se identificavam, a orientação sexual e o domínio da língua portuguesa.

### ***Egoísmo implícito***

O egoísmo implícito baseia-se em características específicas com as quais nos podemos identificar. Para a manipulação do egoísmo implícito, a ser usado em perfis sujeitos a avaliação pelos participantes (apresentados a seguir), recolhemos as seguintes informações: data de nascimento, o nome pelo qual mais gostam de ser tratados, qual a localidade onde viveu mais tempo na sua vida, qual a atividade que mais gosta de realizar nos tempos livres, qual a atividade que menos gosta de realizar, qual a característica física de que mais gosta em si, qual a característica psicológica de que mais gosta de si e qual a característica que as pessoas devem possuir para que goste imediatamente delas.

Nesta primeira fase, foi gerado um código, para garantir o emparelhamento dos dados em todas as medidas extraídas ao longo do tempo.

***Segunda fase da recolha de dados.*** Os 75 participantes que consentiram a recolha de informação cumpriam os critérios de inclusão na amostra. Foram novamente contactados para medir os valores interpessoais preferidos e a presença de narcisismo, ambas variáveis independentes do nosso estudo.

### *A Escala do Circumplexo de Valores Interpessoais (CSIV)*

A escala de medida do Circumplexo de Valores Interpessoais (CSIV) foi desenvolvida originalmente por Kenneth H. Locke em 2000. Esta escala foi projetada para medir os valores interpessoais de uma pessoa, representando a intensidade com que esta valoriza diferentes comportamentos e qualidades interpessoais (Locke, 2000), representados em duas dimensões: agência e comunhão. A medida foi traduzida por dois especialistas, tendo sido retrovertida por um nativo falante de português para concordância com a versão original. Tendo-se verificado semelhança entre a versão retrovertida e a versão original, considerou-se que a medida estaria apta e compreensível para o público português e não perdia qualidade de resposta. No entanto, a medida ainda não está validada para a população portuguesa.

Esta medida autorrelatada foi concebida para complementar outras medidas circumplexas interpessoais que avaliam o comportamento interpessoal, avaliando de forma eficiente um conjunto abrangente de valores agênticos e comunitários. O circumplexo interpessoal é um modelo estrutural abrangente para representar disposições interpessoais, sendo normalmente definido com referência às dimensões ortogonais de agência (domínio, poder status) e comunhão (amizade, cordialidade, amor) e tem sido usado para descrever, organizar e comparar adjetivos interpessoais, medidas de personalidade, transações interpessoais, problemas interpessoais, transtornos de personalidade e os preditores interpessoais de resultados terapêuticos (Locke, 2000).

Nesta escala, o conjunto de itens corresponde a 64 afirmações, contendo declarações que expressavam um valor interpessoal, tal como, “eu não suportaria cometer um erro na frente deles”. Cada item era avaliado respondendo à seguinte pergunta: *Quando estou em situações interpessoais (como amigos próximos, com estranhos, no*

*trabalho, em reuniões sociais e assim por diante), em geral, quão importante é para mim que eu aja/pareça ou ser tratado desta forma? Utilizando a seguinte escala de avaliação: 0 (nada importante), 1 (levemente importante), 2 (moderadamente importante), 3 (muito importante), 4 (extremamente importante). A classificação das respostas aos itens permite gerar uma média de resposta que representa a preferência pelos octantes gerados pela relação entre as dimensões, comunhão e agência: social-extrovertido, amigável, submisso, ingênuo, distante-introvertido, arrogante-calculista, agressivo-hostil ou ambicioso-dominante. Quanto mais elevado o *score* obtido, maior a preferência por esse octante.*

Os estudos de validação da CSIV demonstraram que a escala possui bons índices de consistência interna, com alfas de *Cronbach* variando tipicamente entre 0.70 e 0.90 para as diferentes subescalas. Especificamente, os alfas de *Cronbach* para as subescalas de agência e comunhão são os seguintes: 1) agência – estudo original  $\alpha = 0.85$ , estudo atual  $\alpha = 0.89$  e 2) comunhão – estudo original  $\alpha = 0.87$ , estudo atual  $\alpha = 0.92$ . Estes valores indicam uma boa consistência interna e confiabilidade das medidas.

Através do Questionário de Valores Interpessoais, foram selecionados, para cada participante as duas dimensões com os quais mais se identificava e as duas com que menos se identificava, para manipulação nos cenários.

### ***Inventário de Personalidade Narcisista (NPI-40)***

Para operacionalizar a presença de narcisismo na nossa amostra, foi utilizado o Inventário de Personalidade Narcisista. O NPI surgiu em 1979, desenvolvido por Raskin e Hall, baseado na descrição presente no DSM-III para o distúrbio de personalidade narcisista (Raskin & Hall, 1979).

O Inventário de Personalidade Narcísica (NPI) foi originalmente desenvolvido como um questionário de autorrelato destinado a avaliar o domínio da personalidade

narcisista. O instrumento consistia em 80 pares de afirmações, sendo uma de orientação narcisista e a outra de orientação não narcisista, obrigando os participantes a escolher entre as duas opções (Raskin & Hall, 1979). Análises posteriores reduziram o número de itens para 54, verificando-se que estavam negativamente correlacionados com medidas de empatia. Além disso, as pontuações do NPI revelaram correlações positivas com características como psicoticismo, extroversão, dominância, impulsividade, autoestima e hostilidade.

Apesar da diversidade de versões do NPI, a versão de 40 itens é a mais amplamente utilizada, sendo frequentemente correlacionada com a versão original de 54 itens. Este formato reduzido tornou-se particularmente popular em investigações aplicadas, pois diminui o tempo de aplicação e reduz a instabilidade nas respostas. A versão portuguesa do NPI-40 foi validada por Pereira (2015).

Estudos de validação têm demonstrado que o NPI-40 possui boa fiabilidade interna, com valores geralmente superiores a 0.70 em todas as suas componentes: autoridade ( $\alpha = 0.81$ ), autossuficiência ( $\alpha = 0.70$ ), superioridade ( $\alpha = 0.73$ ), exibicionismo ( $\alpha = 0.79$ ), dominância ( $\alpha = 0.80$ ), vaidade ( $\alpha = 0.75$ ) e intitlamento ( $\alpha = 0.72$ ) (Raskin & Terry, 1988). Dado que trabalhamos com o score total, a consistência interna do instrumento, neste estudo foi de 0.92, o que sugere boa fiabilidade.

No NPI-40, os participantes devem escolher entre duas frases aquela que o representa melhor. Por exemplo, “A- Gosto muito de ser o centro das atenções; B- Sinto-me desconfortável por ser o centro das atenções”. A cada item de narcisismo é atribuído um ponto, quando o item selecionado pelo sujeito não é narcísico não existe atribuição de pontuação. A pontuação total que é possível obter varia entre 0 e 40 pontos. Os indivíduos que pontuam acima de 20 pontos já são considerados com níveis mais elevados de narcisismo (Corry et al., 2008).

Os resultados do NPI-40 mostraram que, entre os 74 participantes, 12 apresentaram traços narcisistas, constituindo o grupo de elevado narcisismo.

***Terceira fase da recolha de dados.*** Na terceira fase os participantes realizaram uma tarefa de avaliação de cenários, construídos para efeito, onde se realizava a manipulação das variáveis consideradas. Em seguida, é apresentado o processo de criação e avaliação destes cenários, realizado previamente ao estudo descrito.

### ***Construção e testagem dos cenários***

O estudo envolve a avaliação de um perfil, semelhante a uma apresentação pessoal num site de encontros. Este perfil deve refletir um conjunto de valores interpessoais organizados com base no modelo do circumplexo, que os posiciona ao longo das dimensões de agência e comunhão, considerando os seus polos positivos e negativos. Este modelo origina oito dimensões distintas: ambicioso-dominante, agressivo-hostil, arrogante-calculista, distante-introvertido, ingénuo, submisso, amigável e social-extrovertido.

Para podermos utilizar estes perfis, foi necessário garantir que as descrições representavam o conjunto de comportamentos em linha com os valores anteriores e que estes eram adequadamente classificados dentro daquelas categorias. Foram elaborados oito textos base, cada um projetado para capturar as qualidades específicas de cada um dos perfis, que foram testados previamente com oito participantes com características semelhantes a população, mas que não foram incluídos na amostra final do estudo.

Neste estágio inicial, foi enviado um formulário com 8 perfis distintos. Foi pedido aos participantes que lessem o texto e, em seguida, escolhessem de entre oito opções de perfil de personalidade, aquele que acreditavam estar associado ao texto apresentado. Os

perfis que obtiveram os melhores resultados foram o perfil submisso, com 88% de acertos, e o perfil amigável, com 75% de acertos, os demais perfis apresentaram taxas de acerto acima de 50%, mas não atingiram um nível suficiente para serem considerados válidos. Exemplo do texto social-extrovertido, na primeira tentativa, com percentagem de 50% de acertos:

*“Olá, sou advogado e tenho 38 anos, tenho uma profissão um pouco stressante, mas que me fascina e não trocava por mais nenhuma. Gosto muito de participar em novos projetos. Comecei recentemente, a ter convites de universidades para ir participar em sessões de esclarecimento a alunos de direito e tenho de admitir que descobri uma nova paixão, estar ali perante uma sala cheia não me traz qualquer constrangimento e saber que estou a partilhar o meu conhecimento com uma nova geração é muito gratificante. Considero-me uma pessoa comunicativa, tenho facilidade em dizer aquilo que sinto e sou bastante assertivo. O que mais valorizo é o respeito, tem de haver sempre um respeito muito grande nas relações interpessoais. No meu tempo livre, gosto de estar com os meus amigos e família.”*

Diante dos resultados, os perfis foram revistos e os textos foram reescritos. Um novo formulário foi então aplicado, desta vez com a participação de 19 indivíduos, de características semelhantes à população alvo, mas que não integraram a amostra final.

Neste grupo, os perfis foram identificados corretamente pelos participantes em quase 100% das respostas, indicando uma melhoria significativa na correspondência entre os textos e os perfis desejados. Todos os participantes destes dois processos foram excluídos de etapas subsequentes do estudo, pois estavam cientes dos textos e perfis.

Exemplo do texto social-extrovertido na segunda tentativa, com 94,7% de acertos:

*“Olá, chamam-me Bento, estou na casa dos 20 e poucos. O meu aniversário foi agora em fevereiro e foi uma festa de arromba! O que mais gosto em mim são os meus lábios. Considero-me uma pessoa com muita energia. Sou bastante comunicativo, falo com todas as pessoas, nunca me sinto envergonhado e acho que isso é uma grande vantagem. O meu lema é “quem tem boca vai a Roma” e eu nunca tenho medo de perguntar ou pedir alguma coisa. Também não tenho qualquer problema em defender os meus pontos de vista. Gosto de uma boa conversa de trocar ideias, considero que sou bom ao expressar-me o que ajuda a não ser mal interpretado. Gosto muito de sair com os meus amigos, fazemos sempre coisas divertidas. Sou um grande apreciador concertos, festivais de verão, mas também adoro cinema, teatro e tudo o que envolva arte e cultura. Não há maneira melhor de passar uma sexta à noite do que ir a um concerto, sair com os meus amigos, conversar a noite toda em torno de uma mesa recheada. Nos meus tempos livres gosto de conduzir, seja o meu carro ou a minha mota, passar por novos sítios. Quando estou de folga até fico a pernoitar noutras cidades porque acabei demasiado longe de casa para voltar no próprio dia.”*

Com a confirmação de que os perfis estavam corretamente correlacionados com os textos, foi possível avançar de maneira mais confiante no estudo, tendo estes textos base sido fundamentais para a próxima etapa, que envolveu a inserção do egoísmo implícito em cada um dos participantes.

### ***Manipulação dos cenários***

Os oito textos selecionados foram manipulados para apresentarem a informação necessária para que se testasse o impacto da semelhança e do grau do egoísmo implícito, nas respostas de avaliação da atração interpessoal sentida aquando da leitura do texto.



Para cada participante, individualmente, foi registado quais os tipos de valores interpessoais favoritos, seleccionando-se os dois octantes da medida CSIV com valores mais elevados. Foi também registado os tipos de valores interpessoais menos preferidos pelo participante, através da identificação dos octantes com valores mais baixos.

Simultaneamente, foram extraídas das respostas iniciais, quais as características a utilizar para manipulação do egoísmo implícito, como a letra do nome, a cidade de origem, o traço psicológico que mais gostava/menos gostava e o traço físico que mais gostava/menos gostava. Com estas informações, foram construídos 8 cenários para cada participante avaliar o quanto se sentia atraído pelas descrições lá presentes.

A ordem dos textos recebidos foi:

1. Texto- Traços mais semelhantes e egoísmo implícito
2. Texto- Segundo com os traços mais distantes sem egoísmo implícito
3. Texto- Segundo com mais semelhanças com egoísmo implícito
4. Texto- Traços mais semelhantes sem egoísmo implícito
5. Texto- O mais distante com egoísmo implícito
6. Texto- Segundo mais semelhante sem egoísmo implícito
7. Texto- O mais distante sem egoísmo implícito
8. Texto- Segundo mais distante com egoísmo implícito

Os textos personalizados foram fundamentais para o aprofundamento da análise, permitindo-nos explorar como o egoísmo implícito se manifesta de maneira única em cada perfil de personalidade. Os textos não foram aleatorizados na sua apresentação aos participantes, para facilitar a sua codificação.

No anexo A estão disponíveis todos os textos base dos oito traços, com e sem egoísmo implícito.

### *Atração Interpessoal*

A variável dependente deste estudo era o grau de atração interpessoal sentida por cada um dos perfis manipulados. Para esse efeito, foi selecionada a Escala de Atração Interpessoal, desenvolvida originalmente por McCroskey e McCain em 1974. Esta escala foi projetada para medir a atração interpessoal, representando a intensidade com que uma pessoa é percebida como atraente em diferentes dimensões, incluindo atração social e atração para a tarefa. Através do autorrelato permite medir a simpatia e o desejo de proximidade social e a percepção de competência e confiabilidade de uma pessoa em contextos de trabalho ou projetos (McCroskey & McCain, 1974). Uma vez que ainda não existe versão portuguesa, procedeu-se à tradução da mesma para o efeito da medição do estudo.

Estudos de validação destas escalas demonstraram que possuem bons índices de consistência interna, com alfas de *Cronbach* particularmente entre 0.70 e 0.90 para as duas subescalas, especificamente os alfas de *Cronbach* para a subescala de atração social é de ( $\alpha = 0.85$ ) e atração para a tarefa ( $\alpha = 0.87$ ). Estes valores indicam uma boa consistência interna e confiabilidade das medidas (McCroskey & McCain, 1974).

Na dimensão da atração social é apresentado um conjunto de itens que corresponde a declarações que avaliam a percepção do participante em relação à atratividade social. Exemplos dos itens incluem afirmações como “Eu acredito que ele(a) poderia ser meu(minha) amigo(a)”; “Seria agradável estar na companhia dele(a)”; “Seria complicado encontrar-me e conversar com ele(a)”. Seguidamente os participantes terão um texto que corresponde a um perfil e será apresentada uma escala de medida, em que 1 (Discordo totalmente), 2 (Discordo), 3 (Neutro), 4 (Concordo), 5 (Concordo

plenamente). A medida da atração para a tarefa é procedida da mesma forma, a diferença encontrada são as afirmações que neste caso são: “Ele(a) é o típico indivíduo(a) que se desvia do trabalho quando lhe é atribuída uma tarefa”; “Pode-se confiar nele(a) para terminar o trabalho”; “Se eu precisasse que algo fosse feito, com certeza poderia contar com ele(a)”. A variável é calculada através de um somatório, interpretando-se que valores mais elevados correspondem a maior atração social e para a tarefa.

Questionámos, ainda, para operacionalização desta variável, de todos os perfis avaliados, qual o que mais gostaram e aquele que menos gostaram.

## Resultados

Para alcançar os objetivos propostos nesta investigação, procedeu-se à análise e descrição dos resultados, destacando as principais evidências empíricas relacionadas às variáveis estudadas e as suas correlações. Os dados são descritos de forma objetiva, com apoio de tabelas e gráficos que facilitam a interpretação.

### Análise descritiva das variáveis independentes

O narcisismo foi operacionalizado através do controlo do *score* obtido na medida NPI-40. Foi considerado o ponto de corte de 20 pontos para definir dois grupos: narcisistas (superior a 20) e não narcisistas (inferior a 20).

**Tabela 2.** *Constituição de grupos através do ponto de corte*

	Narcisismo	N	Omisso	Média	Mediana	Desvio-padrão	Mínimo	Máximo
Narcisismo	Não narcisistas	62	0	11.6	12.5	4.56	1.00	19.0
	Narcisistas	12	0	25.4	25.0	4.93	20.00	34.0

Do conjunto de 62 participantes, integrantes do grupo “Não Narcisista”, é possível observar uma média de 11.6, uma mediana de 12.5 e um desvio-padrão de 4.56. Os

restantes 12 participantes correspondentes ao grupo “Narcisistas”, apresentam uma média de 25.4, uma mediana de 25.0 e um desvio-padrão de 4.93.

Os valores interpessoais, operacionalizados através da medida CSIV, estão descritos na tabela 3, desta secção.

**Tabela 3.** *Estatística descritiva dos valores interpessoais*

	Sociável- Extrovertido	Amigável	Submisso	Ingénuo	Distante- Introvertido	Arrogante- Calculista	Agressivo- Hostil	Ambicioso- Dominante
25º percentil	2.75	2.88	2.66	1.63	1.38	0.625	1.25	2.28
50º percentil	3.13	3.25	3.00	2.00	1.75	1.00	1.50	2.50
75º percentil	3.47	3.63	3.38	2.38	2.13	1.34	1.88	2.75
95% IC média limite inferior	2.98	3.03	2.80	1.86	1.63	0.867	1.44	2.41
95% IC média limite superior	3.22	3.32	3.06	2.16	1.94	1.15	1.68	2.62
Média	3.10	3.17	2.93	2.01	1.79	1.01	1.56	2.52
Desvio- padrão	0.512	0.632	0.563	0.642	0.682	0.602	0.533	0.459
Mediana	3.13	3.25	3.00	2.00	1.75	1.00	1.50	2.50
Mínimo	1.38	0.875	1.00	0.500	0.125	0.00	0.500	0.750
Máximo	4.00	4.00	3.88	3.75	3.50	2.75	3.00	3.75
N	74	74	74	74	74	74	74	74

Nota. O IC da média assume que a distribuição amostral da média segue uma distribuição t com N-1 graus de liberdade

O traço com a pontuação mais elevada foi o traço amigável, que apresenta uma média de 3.17, um desvio-padrão de 0.632 e uma mediana de 3.25, o que sugere uma valorização significativa da amizade nos comportamentos interpessoais. O traço social-extrovertido também apresenta valores elevados, com uma média de 3.10, um desvio-padrão de 0.512 e uma mediana de 3.13, apresentando valores relativamente altos, indicando que os participantes tendem a valorizar comportamentos sociais e extrovertidos. O traço arrogante-calculista foi o menos escolhido pelos participantes, apresentando uma

média de 1.01, um desvio-padrão de 0.602, e uma mediana de 1.00 o que demonstra que os participantes valorizam muito pouco comportamentos arrogantes e calculistas. O traço agressivo-hostil também apresenta valores baixos, com uma média de 1.56, um desvio-padrão de 0.533 e uma mediana de 1.50, sendo que estes comportamentos também são pouco valorizados pelos participantes.

Esta tabela fornece uma visão abrangente sobre como os diferentes comportamentos interpessoais são valorizados pelos participantes do estudo. A análise das médias, desvios-padrão e medianas permite verificar que comportamentos sociáveis e amigáveis são os mais valorizados (eixo da comunhão), enquanto comportamentos arrogantes e agressivos são os menos valorizados.

A tabela 4 permite observar as correlações entre os valores interpessoais e o narcisismo.

**Tabela 4.** *Correlação entre as dimensões dos valores interpessoais e narcisismo*

		1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Ambicioso-Dominante	R de Pearson	—								
	p-value	—								
2. Agressivo-Hostil	R de Pearson	0.624 ***	—							
	p-value	< .001	—							
3. Arrogante-Calculista	R de Pearson	0.483 ***	0.576 ***	—						
	p-value	< .001	< .001	—						
4. Distante-Introvertido	R de Pearson	0.568 ***	0.422 ***	0.650 ***	—					
	p-value	< .001	< .001	< .001	—					
5. Ingénuo	R de Pearson	0.417 ***	0.227	0.377 ***	0.745 ***	—				
	p-value	< .001	0.052	< .001	< .001	—				
6. Submisso	R de Pearson	0.534 ***	0.225	0.217	0.610 ***	0.733 ***	—			
	p-value	< .001	0.054	0.064	< .001	< .001	—			
7. Amigável	R de Pearson	0.535 ***	0.302 **	0.015	0.353 **	0.432 ***	0.690 ***	—		
	p-value	< .001	0.009	0.896	0.002	< .001	< .001	—		
8. Sociável-Extrovertido	R de Pearson	0.692 ***	0.361 **	0.122	0.418 ***	0.457 ***	0.601 ***	0.706 ***	—	
	p-value	< .001	0.002	0.300	< .001	< .001	< .001	< .001	—	
9. Narcisismo (total)	R de Pearson	0.272 *	0.517 ***	0.222	0.062	-0.042	-0.049	0.120	0.286 *	—
	p-value	0.019	< .001	0.057	0.599	0.722	0.679	0.309	0.014	—

Nota. \* p < .05, \*\* p < .01, \*\*\* p < .001

Podemos observar a partir da tabela que não existem correlações negativas entre os perfis interpessoais, no entanto, é possível constatar que existem correlações mais altas e outras mais baixas, por exemplo a correlação entre social-extrovertido e amigável é uma correlação alta ( $r = 0.706$ ,  $p < .001$ ), indicando que extroversão social está fortemente associada a comportamentos amigáveis, outra correlação positiva significativa, que podemos encontrar, está entre o perfil agressivo-hostil e arrogante-calculista ( $r = 0.576$ ,  $p < .001$ ), indicando que aqueles que são mais agressivos e hostis, também tendem a ser arrogantes e calculistas. Como exemplo de uma correlação baixa e não significativa podemos apontar a correlação entre o perfil submisso e arrogante-calculista ( $r = 0.225$ ,  $p = .064$ ), o que sugere que não há uma relação forte entre ser submisso e exibir comportamentos arrogantes e calculistas.

Na dimensão de narcisismo total conseguimos observar uma correlação positiva significativa com agressivo-hostil ( $r = 0.517$ ,  $p < .001$ ), sugerindo que indivíduos narcisistas tendem a ser mais agressivos e hostis. Outras correlações significativas observadas são entre ingênuo e distante-introvertido ( $r = 0.745$ ,  $p < .001$ ) ou ambicioso-dominante e social-extrovertido ( $r = 0.692$ ,  $p < .001$ ).

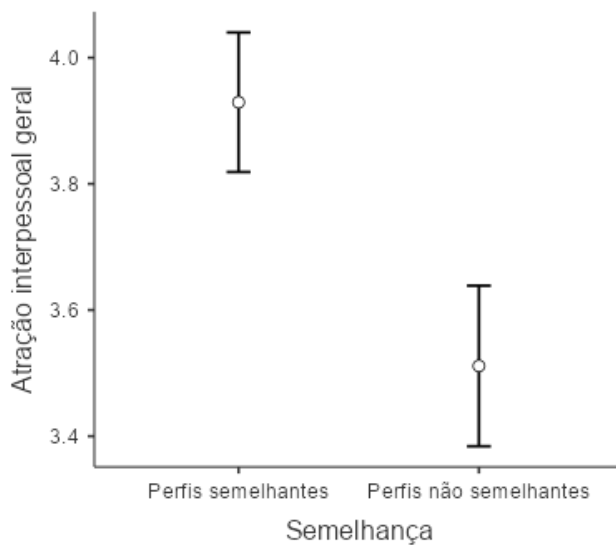
### **Teste de hipóteses**

A nossa primeira hipótese referia a existência de maior atração interpessoal quando há semelhança de valores interpessoais. Foi calculada uma média da atração interpessoal (social + tarefa) para os 8 cenários com semelhança de valores e 8 cenários com dissemelhança de valores interpessoais.

Foi realizada uma análise de variância de medidas repetidas. Os resultados indicam um efeito significativo do fator de medições repetidas ( $F_{(1, 73)} = 45.1$ ,  $p < 0.001$ ,

$\eta^2 = 0.382$ ), com um tamanho de efeito considerável, sugerindo uma diferença significativa entre as condições medidas.

**Figura 2.** Gráfico de médias marginais estimadas da variável atração interpessoal pela semelhança presente nos perfis.

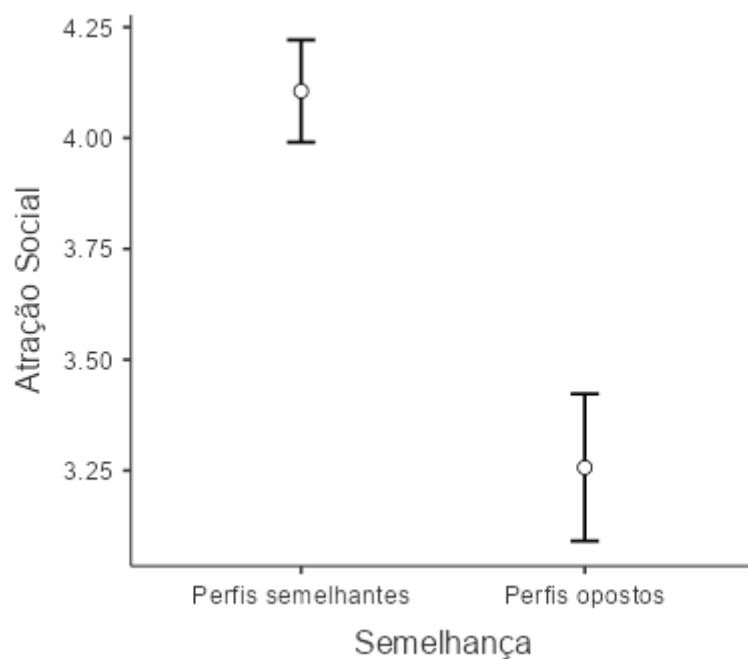


Para as comparações *post hoc* realizadas utilizámos o teste de Tukey. Os resultados revelaram uma diferença significativa entre os perfis semelhantes e não semelhantes. A diferença média entre os dois grupos foi de 0.418 ( $t_{(73)} = 6.72, p < .001$ ), o que sugere que a semelhança tem um impacto considerável nas medidas avaliadas.

Dado que a nossa medida de atração interpessoal permitia apurar a atração social e a atração para a tarefa, verificámos se a manipulação da similaridade dos perfis se mantém em ambas as dimensões. Os resultados indicam um efeito significativo do fator de medições repetidas ( $F_{(1, 73)} = 99.9, p < 0.001, \eta^2 = 0.578$ ), com um tamanho de efeito grande, sugerindo uma diferença significativa entre as condições medidas.



**Figura 3.** Gráfico de médias marginais estimadas da variável atração social pela semelhança presente nos perfis.



Os resultados revelaram uma diferença significativa entre os perfis semelhantes e não semelhantes. A diferença média entre os dois grupos foi de 0.849 ( $t_{(73)} = 10.00$ ,  $p < .001$ ), o que sugere que a semelhança tem um impacto considerável nas medidas avaliadas.

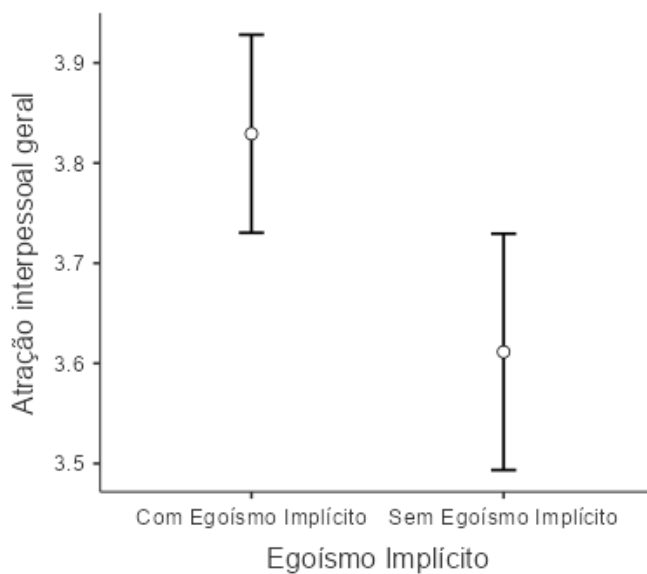
Em relação à atração para a tarefa, os indicam um efeito não significativo do fator de medições repetidas ( $F_{(1, 73)} = 0.038$ ,  $p = 0.845$ ,  $\eta^2 = 0.001$ ). A diferença média entre as

condições com e sem semelhança foi de  $-0.012$  ( $p > 0.050$ ). Isso sugere que a semelhança entre perfis não tem impacto significativo nas medidas avaliadas.

A segunda hipótese previa um efeito positivo do egoísmo implícito na atração interpessoal, independentemente da similaridade de valores.

A análise ANOVA de medições repetidas mostrou um efeito significativo do "Egoísmo Implícito" ( $F_{(1, 73)} = 31.8, p < 0.001, \eta^2 = 0.303$ ), indicando que cerca de 30.3% da variância pode ser atribuída a esse fator.

**Figura 4.** Gráfico de médias marginais estimadas da variável atração interpessoal pelo egoísmo implícito presente nos perfis.



Nas comparações *post hoc*, a diferença média entre as condições com e sem egoísmo implícito foi de  $0.218$  ( $t_{(73)} = 5.64, p < 0.001$ ). Isso sugere que o egoísmo implícito tem um impacto significativo nas medidas avaliadas.

A terceira hipótese referia que indivíduos narcisistas demonstram uma maior sensibilidade à similaridade e ao egoísmo implícito, resultando em uma atração interpessoal mais acentuada.

Uma análise ANOVA de medições repetidas foi conduzida para investigar os efeitos do egoísmo implícito (EI) e do narcisismo em diferentes condições (com e sem semelhança entre perfis).

**Tabela 5.** ANOVA de medidas repetidas para Efeitos Intra-Sujeitos do Egoísmo Implícito e Narcisismo, por Semelhança de Perfis, na Atração Interpessoal

	Soma de Quadrados	gl	Quadrado médio	F	p	$\eta^2_p$
Com EI	2.9633	1	2.9633	27.330	<.001	0.275
Com EI * Narcisismo	0.2541	1	0.2541	2.344	0.130	0.032
Residual	7.8065	72	0.1084			
Sem EI	2.6159	1	2.6159	10.131	0.002	0.123
Sem EI * Narcisismo	2.3394	1	2.3394	9.060	0.004	0.112
Residual	18.5918	72	0.2582			
Com EI * Sem EI	0.0190	1	0.0190	0.153	0.697	0.002
Com EI * Sem EI * Narcisismo	0.1890	1	0.1890	1.515	0.222	0.021
Residual	8.9841	72	0.1248			

Nota. Soma de Quadrados de Tipo 3; CEI – Com Egoísmo Implícito; SEI – Sem Egoísmo Implícito

Os resultados mostraram um efeito significativo do egoísmo implícito (CEI) ( $F_{(1, 72)} = 27.330, p < 0.001, \eta^2 = 0.275$ ), indicando que a presença de egoísmo implícito explica cerca de 27.5% da variância nas respostas dos participantes. Não houve interação significativa entre o egoísmo implícito e o narcisismo ( $F_{(1, 72)} = 2.344, p = 0.130, \eta^2 = 0.032$ ).

Para a condição sem egoísmo implícito (SEI), também foi encontrado um efeito significativo ( $F_{(1, 72)} = 10.131, p = 0.002, \eta^2 = 0.123$ ). A interação entre esta condição e narcisismo foi significativa ( $F_{(1, 72)} = 9.060, p = 0.004, \eta^2 = 0.112$ ), indicando que o efeito do narcisismo varia dependendo da presença de egoísmo implícito.

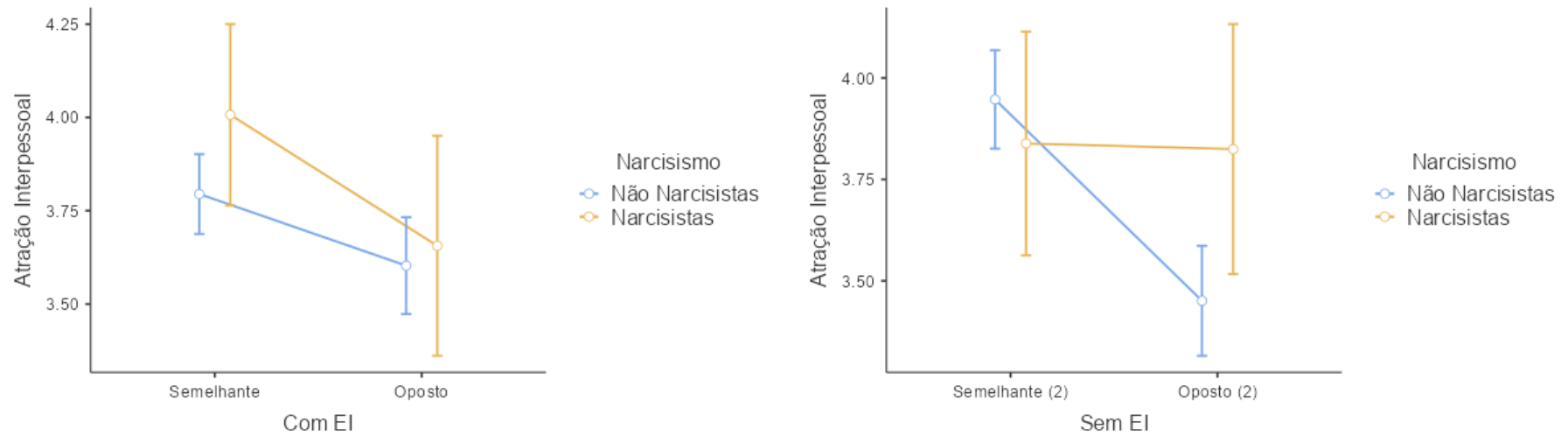
**Tabela 6.** ANOVA Efeito inter sujeitos para Narcisismo.

	Soma de Quadrados	gl	Quadrado médio	F	p	$\eta^2_p$
Narcisismo	0.709	1	0.709	0.917	0.341	0.013
Residual	55.686	72	0.773			

Nota. Soma de Quadrados de Tipo 3

Não foi encontrado um efeito significativo do narcisismo como um fator inter-sujeitos ( $F_{(1, 72)} = 0.917, p = 0.341, \eta^2 = 0.013$ ), sugerindo que o narcisismo isoladamente não explica a variação entre os participantes.

**Figura 5.** Gráfico de médias marginais estimadas da Atração Interpessoal por condição de Egoísmo Implícito e Grupo de Narcisismo, em condições de semelhança e dissemelhança de perfis.



Quando o egoísmo implícito está presente, a comparação entre os grupos de não narcisistas e narcisistas quando os perfis avaliados são similares ao do avaliador, não revelou diferenças estatisticamente significativas na atração interpessoal. A diferença média foi ( $p = 0.994$ ). Isso indica que, nessa condição, a presença ou ausência de traços narcisistas não influencia a atração interpessoal. Quando os perfis são dissemelhantes das preferências do avaliador, os não narcisistas apresentaram uma atração interpessoal significativamente maior em comparação com os narcisistas. A diferença média foi de 0.4494 ( $t_{(72)} = 6.084$ ,  $p < .001$ ). Por outro lado, ao comparar os narcisistas na condição quando os perfis avaliados são similares aos do avaliadores, com os não narcisistas na condição de dissemelhança, a diferença média foi de 0.4891 ( $t_{(72)} = 3.151$ ,  $p = 0.012$ ). Este resultado sugere que os não narcisistas experimentam maior atração interpessoal em situação de dissemelhança do que os narcisistas em condição de semelhança.

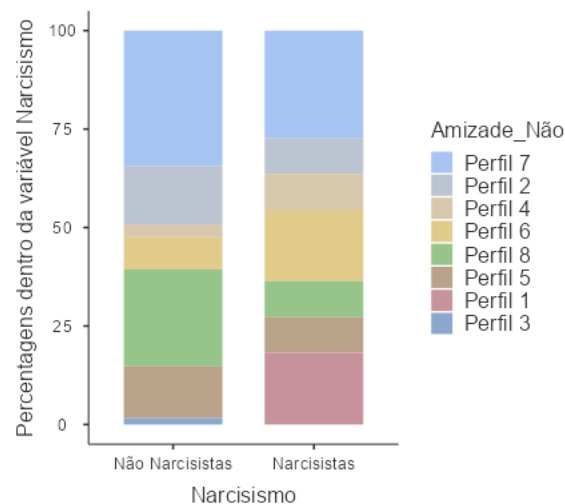
Dentro da condição de dissemelhança de perfis, comparando diretamente não narcisistas com narcisistas, a diferença média foi de -0.3849 ( $t_{(72)} = -2.253$ ,  $p = 0.119$ ). Embora a diferença média seja curiosa, não atingiu significância estatística, sugerindo que dentro desta condição específica, as diferenças interpessoais não são suficientemente robustas para diferenciar os dois grupos.

A comparação entre não narcisistas e narcisistas na condição de semelhança sob o contexto de ausência de egoísmo implícito não revelou diferenças estatisticamente significativas na atração interpessoal ( $p = 0.489$ ). Este resultado indica que, na condição de semelhança de valores interpessoais, na ausência de egoísmo implícito, o nível de narcisismo não exerce um impacto relevante na percepção de atração interpessoal.

Na condição de dissemelhança, os não narcisistas apresentaram uma atração interpessoal significativamente maior do que os narcisistas. A diferença média foi de 0.5430 ( $t_{(72)} = 6.538$ ,  $p < .001$ ). Esses resultados sugerem que, na ausência de egoísmo

implícito, a condição de dissemelhança favorece a percepção de atração interpessoal de forma marcante nos não narcisistas, enquanto o mesmo efeito não é observado nos narcisistas. Por outro lado, comparando diretamente os não narcisistas na condição de dissemelhança com os narcisistas na condição de semelhança de valores interpessoais, a diferença média foi de 0.2866 ( $p = 0.409$ ). Apesar de uma tendência de maior atração interpessoal nos não narcisistas, a diferença não atingiu significância estatística. Ao analisar apenas a condição de dissemelhança, a comparação entre não narcisistas e narcisistas revelou uma diferença média de -0.3630 ( $p = 0.286$ ). Este resultado indica que, embora os não narcisistas apresentem uma tendência a relatar maior atração interpessoal do que os narcisistas, a diferença não é estatisticamente significativa. No final, foi questionado a cada participante, com qual dos perfis acreditavam não conseguir estabelecer uma amizade.

**Figura 6.** Resposta (NÃO) dos participantes sobre o estabelecimento de amizade com os perfis.



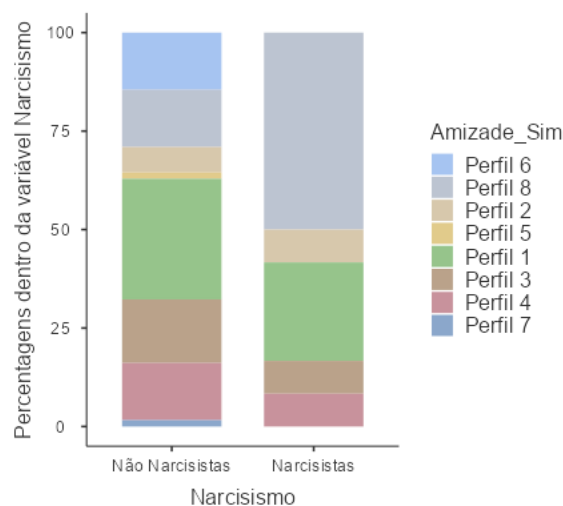
O gráfico acima mostra a distribuição percentual das respostas dos participantes em relação à pergunta "Qual dos perfis você não gostaria de ter uma amizade?" divididos entre indivíduos classificados como Narcisistas e Não Narcisistas.

A análise dos dados revela diferenças nas preferências de amizade entre os dois grupos. Observa-se que os participantes não narcisistas têm uma maior dispersão nas escolhas, com maior rejeição dos perfis 7 (o perfil 7 corresponde ao perfil que mais detesta sem egoísmo implícito) e 8 (segundo que mais detesta com egoísmo implícito).

Por outro lado, o grupo dos narcisistas apresenta um padrão diferente. Embora também haja uma rejeição ao perfil 7, este grupo parece ter uma tendência mais pronunciada em rejeitar outros perfis, como o perfil 1 (favorito com egoísmo) e 6 (segundo favorito sem egoísmo).

A questão seguinte foi “Qual dos perfis os participantes acreditam conseguir estabelecer uma boa amizade?”

**Figura 7.** Resposta (SIM) dos participantes sobre o estabelecimento de amizade com os perfis.



Entre os Não Narcisistas, o perfil 1 (favorito com egoísmo implícito) aparece como o mais escolhido para uma possível amizade, seguido dos perfis 3 (segundo favorito com egoísmo implícito) e 4 (favorito sem egoísmo).



Já os Narcisistas, parecem preferir o perfil 8 (segundo que mais detesta com egoísmo implícito), e o perfil 1 (favorito com egoísmo implícito).

### **Discussão**

Os resultados da pesquisa revelaram uma hierarquia clara na valorização dos perfis interpessoais pelos participantes. Os comportamentos amigáveis e sociais-extrovertidos surgem como os mais apreciados e tendem a estar associados, o que está em linha com a literatura sobre atração interpessoal, que enfatiza a importância de traços afetuosos e sociáveis para a formação de laços interpessoais positivos, o que acaba por corroborar o modelo de Montoya e Horton (2012), segundo o qual a atração interpessoal está intimamente ligada à semelhança percebida.

Por outro lado, os perfis arrogantes-calculistas e agressivos-hostis são os mais desvalorizados, indicando uma aversão a comportamentos manipulativos e agressivos. Este resultado está em consonância com estudos que associam estes traços a um impacto negativo no bem-estar emocional dos indivíduos, como discutido por Baumeister e Leary (1995) na sua teoria sobre a necessidade de pertença, que aponta que comportamentos agressivos tendem a enfraquecer a coesão social.

A ausência de uma correlação significativa entre o perfil submisso e arrogante-calculista é deveras interessante, pois sugere que a submissão não está diretamente relacionada com o traço arrogante, o que pode indicar que estes traços são distintos em termos de estratégias de interação interpessoal, o que vai ao encontro do estudo do Circumplexo dos Valores Interpessoais (Locke, 2000), onde a submissão tende a ser associada a traços de acomodação, enquanto a arrogância está mais próxima de traços dominantes.

Foi possível observar que os participantes tendem a avaliar mais positivamente perfis semelhantes aos seus, o que está alinhado com a teoria da semelhança-atração, onde as pessoas sentem-se mais atraídas por outras pessoas que compartilhem os mesmos valores, atitudes e crenças (Montoya & Horton, 2012). Este resultado sugere uma forte valorização da similaridade social como um fator preditivo de atração interpessoal, corroborando a hipótese 1, que previa uma maior atração interpessoal em contextos de alta similaridade nos valores interpessoais. Estes achados são consistentes com a literatura sobre similaridade assumida, que indica que as pessoas percebem de forma mais positiva aqueles que acreditam ter valores e comportamentos semelhantes aos seus (Decan & Kan, 2024).

Além disso, as análises realizadas demonstram que a atração interpessoal, na dimensão de atração para a tarefa, também desempenha um papel crucial na qualidade das interações. Esta conclusão encontra suporte em estudos prévios que mostram que em contextos de trabalho, a similaridade percebida pode aumentar a coesão e reduzir conflitos (Abbasi et al., 2023).

Foi possível observar através das tabelas que o narcisismo correlaciona-se positivamente com o perfil agressivo-hostil, corroborando a literatura sobre a personalidade narcisista (Giuseppe et al., 2021). O estudo de Campbell e Foster (2007), sugere que indivíduos com níveis elevados de narcisismo tendem a responder de maneira mais agressiva a ameaças ao ego, o que pode explicar essa relação. Assim, esses dados reforçam a visão de que o narcisismo está associado a padrões de interação interpessoal disfuncionais, caracterizados por hostilidade e um senso exagerado de superioridade.

A interação entre semelhança de perfil e narcisismo também se mostrou significativa, sugerindo que o efeito da semelhança na atração interpessoal é moderado pelo nível de narcisismo. Indivíduos com altos níveis de narcisismo parecem valorizar

mais interações onde percebem algum benefício ou vantagem pessoal. Este resultado está em concordância com a literatura sobre narcisismo agêntico, que destaca a tendência dos narcisistas em procurar situações que reforcem o seu senso de grandiosidade e ganho pessoal (Gebauer et al., 2012). A procura por pessoas semelhantes funciona como uma estratégia de proteção, uma vez que essas pessoas são mais propensas a oferecer o tipo de *feedback* positivo que os narcisistas desejam, ajudando-os a evitar sentimentos de vulnerabilidade e insegurança (Morf & Rhodewalt, 2001). Os dados sugerem que para os narcisistas a semelhança combinada com egoísmo implícito é um fator chave na atração interpessoal, enquanto para os não-narcisistas, o egoísmo implícito, por si só, não é um fator tão determinante. Esta análise suporta a hipótese 3, que previa que os indivíduos narcisistas demonstrariam maior sensibilidade à similaridade e ao egoísmo implícito.

Os resultados refletem ainda que, embora a semelhança interpessoal seja um fator relevante na atração interpessoal, o narcisismo não exerce um efeito significativo nessa relação, o que sugere que, independentemente do nível de narcisismo, as pessoas tendem a sentir-se mais atraídas por aqueles que são semelhantes a elas. No entanto, em contextos onde o egoísmo implícito está presente, os narcisistas demonstram uma maior tendência a valorizar interações com indivíduos que exibem traços semelhantes aos seus. Este resultado tem importantes implicações para a compreensão das interações interpessoais em contextos de trabalho e ambientes sociais, onde a presença de indivíduos com altos níveis de narcisismo pode influenciar a dinâmica de grupo, especialmente em situações que envolvem competição ou a percepção de vantagens pessoais, sendo ainda revelada a importância de se considerar o egoísmo implícito como um fator mediador, importante nas interações sociais, especialmente em perfis narcisistas. Por fim, foi possível verificar que o efeito positivo do egoísmo implícito na atração interpessoal, independentemente da similaridade de valores, está presente nos dados analisados, conforme previsto na

hipótese 2. Este achado reforça a relevância de fatores subconscientes nas percepções iniciais de atração interpessoal.

### **Conclusão**

Esta investigação proporcionou uma compreensão mais ampla dos processos que moldam as relações humanas e influenciam o bem-estar, ao interligar os conceitos de atração interpessoal, semelhança interpessoal, narcisismo e egoísmo implícito. As análises realizadas demonstraram que a atração interpessoal, tanto na sua dimensão social quanto na atração para a tarefa, exerce um papel fundamental na qualidade das interações. Ao explorar o impacto da semelhança interpessoal, ficou claro que as pessoas tendem a preferir aquelas que acreditam possuir características e valores semelhantes aos seus.

O narcisismo emergiu como um fator relevante na maneira como os indivíduos se relacionam, evidenciando uma necessidade de validação pessoal, através das outras pessoas, o que reforça a conexão entre narcisismo, semelhança interpessoal e egoísmo implícito.

No âmbito da psicologia clínica, esta dissertação oferece contribuições importantes, especialmente no que se refere à distinção entre o narcisismo agêntico e o comunal. A capacidade de identificar e diferenciar os padrões comportamentais associados a cada tipo de narcisismo permite aos profissionais desenvolver intervenções mais direcionadas e eficazes, ajustadas às necessidades específicas de cada perfil. Este conhecimento é essencial para aprimorar a intervenção clínica em indivíduos com traços narcisistas, promovendo estratégias terapêuticas mais assertivas e adequadas.

A confirmação de que a semelhança interpessoal influencia a atração interpessoal tem implicações significativas no contexto terapêutico. Esta descoberta pode ser utilizada para otimizar a dinâmica, tanto de sessões individuais, quanto de grupos terapêuticos,

favorecendo a criação de um ambiente mais acolhedor. Compreender o papel da semelhança, na formação de laços interpessoais, também pode fortalecer a aliança terapêutica, que é crucial para o sucesso do tratamento, o que contribui para uma maior adesão ao processo terapêutico, ajudando assim na obtenção de resultados mais positivos ao longo do percurso clínico.

As limitações que podemos salientar nesta investigação prendem-se com o facto de a amostra ser relativamente pequena, o que pode comprometer a representatividade, em relação à população geral. O facto de termos usado cenários hipotéticos para manipular a semelhança interpessoal e o egoísmo implícito, pode não refletir toda a complexidade das interações em contextos reais. Para futuros estudos, sugerimos a exploração destes temas com amostras mais diversificadas e com um maior número de participantes, e a utilização de métodos adicionais, como estudos longitudinais, que permitiriam examinar como essas dinâmicas se desenvolvem e se manifestam ao longo do tempo.

## Referências Bibliográficas

- Abbasi, Z., Billsberry, J., & Todres, M. (2023). Empirical studies of the “similarity leads to attraction” hypothesis in workplace interactions: A systematic review. *Management Review Quarterly*, 74(2), 661-709. <https://doi.org/10.1007/s11301-022-00313-5>
- Abele, E. A., & Wojciszke, B. (2007). Agency and communion from the perspective of self versus others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(5), 751-763. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.93.5.751>
- Abele, A. E., & Wojciszke, B. (2014). Communal and agentic content in social cognition: A dual perspective model. *Advances in Experimental Social Psychology*, 50, 195-255. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-800284-1.00004-7>
- Associação Americana de Psiquiatria. (2013). Narcisismo. *Manual diagnóstico e estatístico das perturbações mentais* (5ªed.). <https://doi.org/10.1176/appi.books.9780890425596>
- Back, M. D., Schmukle, S. C., & Egloff, B. (2010). Why are narcissists so charming at first sight? Decoding the narcissism–popularity link at zero acquaintance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(1), 132-145. <http://doi.org/10.1037/a0016338>
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497-529. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.117.3.497>
- Bertinetto, C., Engel, J., & Jansen, J. (2020). ANOVA simultaneous component analysis: A tutorial review. *Analytica Chimica Acta*, 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.acax.2020.100061>

- Byrne, D., Baskett, G. D., & Hodges, L. (1971). Behavioral indicators of interpersonal attraction. *Journal of Applied Social Psychology*, 1(2), 137–149. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1111/j.1559-1816.1971.tb00358.x>
- Campbell, W. K., Rudich, E. A., & Sedikides, C. (2002). Narcissism, self-esteem, and the positivity of self-views: Two portraits of self-love. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(3), 358–368. <https://doi.org/10.1177/0146167202286007>
- Chandler, J., Griffin, T. M., & Sorensen, N. (2008). In the "I" of the storm: Shared initials increase disaster donations. *Judgment and Decision Making*, 3(5), 404-410. <https://doi.org/10.1017/S1930297500000425>
- Chu, C., & Lowery, B. S. (2023). Self-essentialist reasoning underlies the similarity-attraction effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 125(5), 1055–1071. <https://doi.org/10.1037/pspi0000425>
- Corry, N; Merrit, R. D; Mrug, S. & Pamp, B. (2008). The factor structure of the Narcissistic Personality Inventory, *Journal of Personality and Assessment*, 90(6), 593-600. <https://doi.org/10.1080/00223890802388590>
- Decan, S., & Kan, Z. (2024). Interpersonal attraction. *ECPH Encyclopedia of Psychology*. Springer. [https://doi.org/10.1007/978-981-99-6000-2\\_593-1](https://doi.org/10.1007/978-981-99-6000-2_593-1)
- Finkel, E. J., & Eastwick, P. W. (2015). Interpersonal attraction: In search of a theoretical framework. *Annual Review of Psychology*, 66, 413-444. <http://doi.org/10.1037/14344-007>
- Gebauer, J. E., Sedikides, C., Verplanken, B., & Maio, G. R. (2012). Communal narcissism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103(5), 854-878. <https://doi.org/10.1037/a0029629>
- Giuseppe, S., & Luigia, S., & Anna, G. (2021). Pathological narcissism. *Psichiatria Danubina*, (3), 35-40. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/34559776/>

- Jones, J. T., Pelham, B. W., Carvallo, M. C. (2004). How do i love thee? Let me count the Js: Implicit egotism and interpersonal attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87(5), 665-683. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.87.5.665>
- Joshua, D.M., & Brian, J. H., & Eric, T.G., et al. (2011). Grandiose and vulnerable narcissism: a nomological network analysis. *Journal of personality*, 79(5), 1013-1042. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2010.00711.x>
- Kenneth D.Locke (2000) Circumplex Scales of Interpersonal Values: reliability, validity, and applicability to interpersonal problems and personality disorders, *Journal of Personality Assessment*, 75(2), 249-267. [https://doi.org/10.1207/s15327752jpa7502\\_6](https://doi.org/10.1207/s15327752jpa7502_6)
- Kervyn, N., Yzerbyt, V. Y., & Judd, C. M. (2010). Competence and warmth in social judgment: A review and integration of theories and research. *European Journal of Personality*, 29(6), 587-605. <http://dx.doi.org/10.1080/13546805.2010.517997>
- Klohnen, E. C., & Luo, S. (2003). Interpersonal attraction and personality: What is attractive--self similarity, ideal similarity, complementarity or attachment security? *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(4), 709–722. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.4.709>
- Locke, K. D., Craig, T., Baik, K.D., & Gohil, K. (2012). Binds and bounds of communion: Effects of interpersonal values on assumed similarity of self and others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103(5), 879-897. <https://doi.org/10.1037/a0029422>
- McCroskey, J. C., & McCain, T. A. (1974). The measurement of interpersonal attraction. *Speech Monographs*, 41(3), 261–266. <https://doi.org/10.1080/03637757409375845>



- Montoya, R. M., & Horton, R. S. (2012). A meta-analytic investigation of the processes underlying the similarity-attraction effect. *Journal of Social and Personal Relationships*, 30(1), 64-94. <https://doi.org/10.1177/0265407512452989>
- Montoya, R. M., & Horton, R. S. (2014). A Two-Dimensional Model for the study of interpersonal attraction. *Personality and Social Psychology Review*, 18(1), 59-86. <https://doi.org/10.1177/1088868313501887>
- Morf, C. C., & Rhodewalt, F. (2001). Unraveling the paradoxes of narcissism: A dynamic self-regulatory processing model. *Psychological Inquiry*, 12(4), 177–196. [https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1204\\_1](https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1204_1)
- Muller, S., Wendt, L. P., Schick Tanz, P., Hopwood, C. J., & Zimmermann, J. (2022). Development and validation of a German interpersonal sensitivities circumplex (ISC-G). *European Journal of Psychological Assessment*, 1-13. <https://doi.org/10.1027/1015-5759/a000737>
- Oliveira, A. L., Vieira, C. C., & Amaral, M. A. F. (2021). O questionário online na investigação em educação: Reflexões epistemológicas, metodológicas e éticas. *Educação a Distância em Debate*, 1-29. <https://doi.org/10.34627/uab.edel.15.3>
- Paulhus, D. L., Buckels, E. E., Trapnell, P. D., & Jones, D. N. (2020). Screening for dark personalities. *European Journal of Psychological Assessment*, 37(3), 1-15. <https://doi.org/10.1027/1015-5759/a000602>
- Pelham, B. W., Carvallo, M., & Jones, J. T. (2005). Implicit egotism. *Current Directions in Psychological Science*, 14(2), 106-110. <https://doi.org/10.1111/j.0963-7214.2005.00344.x>
- Pereira, M (2015). *Avaliação da estrutura factorial do NPI-40* [Dissertação de mestrado, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias]. Recil. <http://hdl.handle.net/10437/7209>

- Raskin, R. N. & Hall, C.S. (1979). A narcissistic personality inventory. *Psychological Reports*, 45, 590. <https://doi.org/10.2466/pr0.1979.45.2.590>
- Raskin, R., & Terry, H. (1988). A principal-components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(5), 890-902. <https://doi.org/10.1037%2F0022-3514.54.5.890>
- Small, M. L., & Adler, L. (2019). The role of space in the formation of social ties. *Annual Review of Sociology*, 45(1), 111–132. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-073018-022707>
- Wojciszke, B., Abele, A. E., & Baryla, W. (2009). Two dimensions of interpersonal attitudes: Liking depends on communion, respect depends on agency. *European Journal of Social Psychology*, 39(6), 973-990. <https://doi.org/10.1002/ejsp.595>

## **Anexos**

### **Anexo A. Textos base dos perfis**

#### **SOCIAVÉL-EXTROVERTIDO**

Com egoísmo

Olá, chamam-me Bento, estou na casa dos 20 e poucos. O meu aniversário foi agora em fevereiro e foi uma festa de arramba! O que mais gosto em mim são os meus lábios. Considero-me uma pessoa com muita energia. Sou bastante comunicativo, falo com todas as pessoas, nunca me sinto envergonhado e acho que isso é uma grande vantagem. O meu lema é “quem tem boca vai a Roma” e eu nunca tenho medo de perguntar ou pedir alguma coisa. Também não tenho qualquer problema em defender os meus pontos de vista. Gosto de uma boa conversa de trocar ideias, considero que sou bom ao expressar-me o que ajuda a não ser mal interpretado. Gosto muito de sair com os meus amigos, fazemos sempre coisas divertidas. Sou um grande apreciador concertos, festivais de verão, mas também adoro cinema, teatro e tudo o que envolva arte e cultura. Não há maneira melhor de passar uma sexta à noite do que ir a um concerto, sair com os meus amigos, conversar a noite toda em torno de uma mesa recheada. Nos meus tempos livres gosto de conduzir, seja o meu carro ou a minha mota, conhecer novos caminhos, passar por novos sítios. Quando estou de folga até fico a pernoitar noutras cidades porque acabei demasiado longe de casa para voltar no próprio dia.

Sem egoísmo

Olá, sou o Mauro e tenho 21 anos, faço anos no verão, o que é uma maravilha, o mês de junho é o melhor para festas. Sou conhecido pelo meu cabelo, acaba por andar sempre despenteado, mas é isso que lhe dá personalidade e eu adoro. Neste momento estudo e

trabalho, o que pode ser um pouco desgastante, mas que me traz desafios e adrenalina, tudo aquilo de que eu gosto. Sou bastante comunicativo, reparo que as pessoas têm facilidade em me abordar na rua e fazem-me perguntas, consigo notar que se sentem à vontade comigo, e isso deixa-me feliz. Converso com qualquer pessoa, esteja eu a trabalhar ou não, tento colocar-me no lugar dos outros, o que acho que faz de mim alguém empático. Sou uma pessoa firme e assertiva, consigo defender o meu ponto de vista sem nunca desrespeitar ninguém, tenho uma grande facilidade em expressar as minhas ideias, consigo fazê-lo de forma clara. Gosto muito de sair com os meus amigos, família, conhecer pessoas novas, adoro fazer algo diferente todos os fins de semana.

## SUBMISSO

Com egoísmo

Olá, eu sou o Miguel, tenho 22 anos, e o meu dia de aniversário é o meu número favorito, 22. Sorte a dobrar! Estou sempre a receber elogios acerca do meu cabelo e acho que é isso me fez gostar tanto dele. Atualmente trabalho numa empresa que comercializa peças para o ramo automóvel, na área do controlo de gestão, e sinto-me extremamente realizado com a minha profissão. Considero-me uma pessoa pacífica e muito consciente do meu papel no mundo, e tendo a evitar situações conflitantes. Sinto que sou uma pessoa compreensiva e empática, procuro sempre o entendimento mútuo de todas as situações mais desafiadoras. Para mim, a paz é fundamental para um ambiente saudável e produtivo. Quando me deparo com algum conflito o meu primeiro instinto é ceder, não porque vejo como uma ameaça, mas sim como uma oportunidade para aprender com alguém, acredito que o facto de eu concordar sempre com os outros não seja uma fraqueza, mas sim um sinal de maturidade. Nos meus tempos livres procuro sempre ler

um bom livro. Qualquer género é bom, mas gosto de livros que nos conseguem transmitir impressões diferentes sobre o mundo.

Sem egoísmo

Olá, chamo-me Nelson, tenho 22 anos, e a característica física que mais gosto em mim são os meus olhos, grandes e cor de amêndoa. Atualmente, trabalho numa fábrica que faz peças de vidro artesanais e o que mais gosto na minha profissão é ver as coisas a criarem forma, algo que me traz muita satisfação. Considero-me uma pessoa pacífica. Evito entrar em conflitos e prezo sempre pela harmonia. Sinto que sou uma pessoa muito compreensiva. Sempre que há confusão para o meu lado, não digo nada e tento afastar-me, já que acredito que entrar em conflitos não traz nada de produtivo. E gosto de ver o que os outros têm a dizer; muitas vezes faz-me ver as coisas noutra perspetiva, o que acaba por ser benéfico para mim. Uma curiosidade sobre mim é que nos meus tempos livres gosto de ir pelo campo procurar espécies raras de animais, seja aves, insetos, mamíferos, plantas...

**AGRESSIVO-HOSTIL**

Com egoísmo

Aos 30 anos. O que mais gosto em mim são as minhas pernas. O meu papel como secretária de direção numa multinacional exige uma abordagem assertiva e firme, pois estou constantemente a lidar com situações desafiantes e negociações de alto nível. O facto de ter uma personalidade forte e poder dizer o que eu quiser ajuda-me bastante para conseguir fazer as coisas como eu quero, algumas vezes sinto que os meus colegas ficam magoados, mas é apenas trabalho, tudo o que digo é para ser construtivo e os ajudar, se eles não interpretam assim, o problema é deles. Tenho a responsabilidade de manter a

organização e as operações da empresa em perfeito funcionamento. Fora do ambiente de trabalho, dedico-me à jardinagem. Criar e manter um jardim exuberante é a minha forma de manter a vantagem na minha vida pessoal. Cada flor plantada é uma pequena vitória que cultivo com paixão. Gosto bastante do tempo em família, mas o ideal é quatro ou cinco vezes por mês, pois acabam por haver confusões e desentendimentos daí preferir passar mais tempo sozinha. Apesar disso, se algum familiar ou amigo precisar estou disposta a oferecer apoio. Gosto de passear e fazer caminhadas.

Sem egoísmo

Olá, sou o Manuel, nasci em 2005. O que mais gosto em mim é o meu perfil, o meu maxilar e nariz são definidos e bonitos, sou estudante e desempenho um cargo importante na direção de estudantes da universidade, considero que sou uma pessoa assertiva e firme, O facto de ter uma personalidade forte e poder dizer o que eu quiser ajuda-me bastante para conseguir fazer as coisas como eu quero, sei que há muito pessoal que não gosta de mim por eu dizer o que penso, se isso me afeta? Não, ainda fico com mais vontade de dizer as coisas e ainda provocá-los. Tenho a responsabilidade de manter as coisas organizadas. Fora do ambiente de trabalho, dedico-me à leitura, cozinho, também gosto de desenhar, estas atividades fazem-me estar no meu próprio mundo sem ninguém para me chatear. Gosto de passar algum tempo com os meus amigos e familiares, é pena que na maior parte das vezes haja sempre alguma discussão, pois temos pontos de vista diferentes e eu não me calo quando acho que tenho razão.

AMIGÁVEL

Com egoísmo

Tenho 29 anos e sou terapeuta da fala, trabalho numa clínica e gosto muito do que faço, sou uma pessoa calma que transmite isso aos outros. Gosto muito de estabelecer relações

profundas, conversas banais não me dizem nada, agora uma conversa de horas que me leva a trespassar o íntimo de outra pessoa é o mais desafiante para mim. Sou uma pessoa que faz amizades facilmente, prezo muito o respeito, a lealdade, a confiança, então manter e fazer amizades é muito gratificante para mim, estou sempre disposta a tornar o dia do outro melhor. Gosto de ouvir os outros e gosto de ser ouvida, considero que sou uma âncora emocional para aqueles que estão perto de mim, mas nunca senti que precisava de alguém e não tinha, felizmente nunca me senti sozinha, acho que aquilo que dou aos outros eles retribuem da mesma maneira e isso deixa-me muito feliz. Nos meus tempos livres gosto de ler, de fazer cross-fit, passear com amigos e família, cuidar dos meus animais.

Sem egoísmo

Hey, sou o Matias, faço anos no verão, então os meus anos são obrigatoriamente passados na praia, tenho 25 anos, o que mais gosto em mim é o meu cabelo longo e volumoso. Sou professor de yoga, é algo que eu adoro fazer, ajudar os outros a alcançarem a sua paz é uma conquista interior minha. Sinto que sou uma pessoa bastante calma e serena, gosto muito de conversar, partilhar o meu tempo com os outros, ter bons momentos, ajudar quem precisa de desabafar, respeito ao máximo o próximo, gosto de ser atencioso com as pessoas sou um bom ouvinte, gosto de estar presente na vida dos meus amigos e gosto de fazer novas amizades. Estou sempre disponível para a minha família, gosto de ser um porto seguro para aqueles que amo. Nos meus tempos livres gosto de fazer atividades ao ar livre, fazer caminhadas, ir até à praia, gosto de ler, almoçar/jantar fora, passear com amigos e família.

DISTANTE-INTROVERTIDO

Com egoísmo

Olá, tenho 34 anos e trabalho como analista de dados. Sou conhecido pela minha serenidade e capacidade de manter a calma em qualquer situação. Esta característica é essencial no meu trabalho, onde lido com dados complexos e análises profundas. Nos meus tempos livres, gosto de me aventurar no mundo da fotografia, capturando momentos fugazes com a minha câmara. Atrás da minha expressão tranquila, escondo um fascínio profundo pelas estrelas e pelo cosmos. Adoro observar o céu noturno e perder-me nas maravilhas do universo. Não gosto de sítios com muitas pessoas e confusões, para mim, não há nada melhor que um sítio calmo e tranquilo. Quando se trata de relacionamentos, sou reservado no início, mas aqueles que conseguem ultrapassar a minha guarda encontrarão um parceiro leal e atencioso. A confiança é algo que se ganha com o tempo, e valorizo conexões genuínas e duradouras.

Sem egoísmo

Oi, sou o António, tenho 25 anos, faço anos no mês de agosto, o que mais gosto em mim são as minhas costas. Sou engenheiro informático, tinha de escolher uma profissão onde houvesse pouca interação, prefiro fazer as minhas coisas sem ter muita gente a fazer barulho, sou dedicado e entrego sempre as coisas nos prazos, mesmo que o meu trabalho seja a partir de casa. Considero que sou uma pessoa calma, não gosto de confusões. Adoro construir puzzles, fazer quebra-cabeças e estar em contacto com a natureza. Quando conheço alguém novo, sou muito tímido no início, mas se for aumentando a confiança consigo estabelecer uma boa amizade.

**AMBICIOSO-DOMINANTE**

Com egoísmo

Aos 26 anos, ocupo o cargo de gerente numa das maiores cadeias de supermercados do país. Sou uma pessoa trabalhadora por natureza, e não descanso até alcançar os meus



objetivos. Sempre me senti à vontade em funções de liderança, o que me motivou a alcançar a posição de gerente, que agora ocupo. O meu percurso profissional começou aos 17 anos num restaurante, mas a relação conturbada com o meu chefe, na altura, fez-me perceber que tinha de ser um líder respeitado. Dos 9 aos 22 anos, dediquei-me ao futebol, tornei-me capitão de equipa aos 13, um papel que me orgulho imenso. A minha equipa olhava para mim com admiração, e a vitória nos jogos era a minha maior recompensa. Mesmo com todas as responsabilidades, consigo encontrar tempo para jogar futebol com os amigos, e só paro quando marco um golo. A minha vida é repleta de diversidade, entre o trabalho, o ginásio e outros interesses, mantenho-me ativo e focado em ser o melhor em todas as áreas da minha vida.

Sem egoísmo

Oi, sou a Ana, tenho 26 anos e sou do signo capricórnio. O que mais gosto em mim são as minhas pernas e o meu sorriso. Sou extremamente ambiciosa, atinjo todos os meus objetivos desde que era nova, sempre que entrei numa atividade era para ser a melhor, treinava dias a fio. A minha paixão é a cozinha, comecei a cozinhar desde cedo e fui-me dedicando a fazer cursos e formações e hoje sou chefe de cozinha de um dos restaurantes mais bem-conceituados da cidade e aos fins de semana sou chefe privada de algumas famílias, aos 26 anos já sou conhecida no meu ramo de trabalho, o que é incrível, estar na cozinha a dar as indicações à minha equipa e ver os pratos maravilhosos que conseguimos alcançar juntos é muito gratificante. Nos meus tempos livres gosto de desenhar e pintar, relaxa-me bastante, o som do lápis no papel e todos os pensamentos positivos que me ocorrem, é a minha paz. Gosto bastante do tempo com os meus amigos, discutimos temas atuais que gosto de debater, aprendo sempre coisas novas e adoro conhecimento, o facto de ser uma pessoa ambiciosa leva-me a essa curiosidade sobre tudo.

## INGÉNUO

### Com egoísmo

Olá, tenho 27 anos e trabalho nos recursos humanos de uma empresa, gosto muito do que faço, mas como os meus colegas tem a vida muito ocupada eu fico sempre tempo a mais a acabar algumas tarefas que eles deixaram para trás, o que me torna numa pessoa extremamente dedicada ao trabalho, graças a mim, eles vão mais felizes para casa e eu aprendo mais. Gosto de estar rodeada de pessoas e ajudar o máximo que poder. O que mais gosto é de conviver, gosto de sentir que as pessoas gostam de mim, não por validação, mas sim pela satisfação de saber que ali tenho uma relação genuína. Estou sempre a organizar convívios na minha casa, tenho um grande pátio e quase todos os fins de semana tenho a visita de amigos ou família. Gosto das conversas, dos temas abordados, nunca me canso de trocar ideias com os outros, sou bastante atenta às sensibilidades e necessidades. Sempre que alguém menciona algo de que gosta, eu tento fazer de tudo para que a pessoa consiga alcançar o que pretende ou até proporcionar-lhe o que deseja. Nos meus tempos livres, faço voluntariado, em abrigos de animais, combate à solidão na idade sénior e recolha de alimentação para famílias necessitadas.

### Sem egoísmo

Olá, sou o Henrique, tenho 37 anos e faço anos no outono, o que para mim faz todo o sentido, visto que é a minha estação do ano favorita, as cores neutras, as árvores despidas, gosto de estar em casa a beber um chocolate quente e ver a chuva lá fora. O que eu mais gosto em mim é o meu sorriso, acho que é pelo facto de estar sempre a rir, mesmo quando estou numa situação desconfortável. Neste momento, comecei um novo emprego, estou numa loja de animais, agora no início estou a trabalhar 10/12 horas por dia e quando alguém falta eu tenho de ir substituir, tenho a certeza que é para eu aprender tudo o mais

rápido possível e depois acalma tudo. Considero-me uma pessoa muito bondosa, estou sempre disposto a ajudar os meus amigos, quando vamos sair quem leva o carro sou eu, porque eles não gostam muito de conduzir, quando vamos beber um copo no final do mês sou eu que pago, porque eles já têm muitas despesas a seu cargo, entre outras coisas. Ver a felicidade e o bem-estar dos outros é o suficiente para mim. No meu tempo livre gosto de ligar para os programas de televisão, participar em *giveways* para tentar ganhar algum prémio, isto já se tornou num vício meu, até já ganhei várias coisas.

## ARROGANTE-CALCULISTA

Com egoísmo

Hey, sou o Guilherme, tenho 23 anos, o que mais gosto em mim são os meus olhos azuis, o meu signo é balança. Trabalho numa empresa, gosto muito do que faço, estudo bastante e vou a diversas formações sobre o meu trabalho para aumentar o meu conhecimento sobre o assunto, assim saberei sempre o que dizer e de certeza que não vou dizer nada sem sentido, tanto aos clientes como aos meus colegas, acredito que vou ser a pessoa com mais conhecimento dentro da empresa, ninguém sabe tanto quanto eu, gosto de ter conhecimento sobre os assuntos que estou a debater, se não tiver a certeza de algo nem entro na conversa. Nos meus passatempos faço pesquisa científica, gosto de estar a par das novas descobertas e estar dentro dos assuntos mais recentes, aprender sobre diversos factos é tão satisfatório, assim em conversas aleatórias eu vou saber sempre mais que os outros, dificilmente alguém terá o mesmo nível de aprendizagem que eu. Nos relacionamentos, sou bastante atento às suas necessidades, quero que as pessoas ao meu redor se sintam bem, posso demorar um pouco para me sentir confortável com alguém que acabei de conhecer, mas com uma aproximação gradual sei que consigo abrir-me emocionalmente.

Sem egoísmo

Olá, sou o Mateus e sou do signo caranguejo, o que mais gosto em mim é o meu cabelo loiro, acho que é uma cor pouco comum. Tenho 23 anos e trabalho numa empresa de eletrodomésticos, pesquiso muito sobre cada produto, tento procurar o máximo de informação, gosto muito de ler informação nova, se há coisa que gosto é de aumentar o meu conhecimento, assim vou saber sempre mais que todos os meus colegas, adoro quando me fazem perguntas e sei responder a tudo, adoro que venham ter comigo para esclarecer dúvidas, faz-me sentir superior. Os meus tempos livres são passados a ler, obviamente, ler sobre o trabalho, ler sobre a vida, tenho sede de conhecimento, além disso, também gosto bastante de jogar no computador e fazer amizades virtuais. Nas minhas relações interpessoais, procuro sempre o bem-estar do outro.