

Critérios de seleção para parceiros de curto e de longo prazo de universitárias paulistas

*Mônica Helena Tieppo Alves Gianfaldoni**

*Ricardo Roberto Plaza Teixeira***

Camilla Comolatti, Carolina Pareto, Gabriel Careli,

*Gabrielle Figueiredo e Leticia Lopez****

Resumo

Este trabalho foi realizado com mulheres universitárias da cidade de São Paulo no ano de 2007 para determinar quais os critérios que estas utilizam quando selecionam parceiros para relacionamentos amorosos de curto e longo prazo. A partir de um questionário e de uma escala do tipo Lickert no qual elas deveriam atribuir valores a características específicas em relação à sua auto-imagem e às expectativas para um relacionamento a curto e longo prazo, obtivemos resultados numéricos que nos permitiram uma análise estatística dos dados. Comparando a auto-imagem com parceiros de curto e de longo prazo as mulheres tendem a escolher parceiros diferentes delas mesmas para relacionamentos de curto prazo e semelhantes a elas para relacionamentos de longo prazo. Para parceiros de longo prazo, as mulheres buscam características em categorias que possam proporcionar segurança. Por outro lado, tanto para parceiros de curto prazo, quanto parceiros de longo prazo, as exigências médias das mulheres a respeito de recursos financeiros também são menores que a sua auto-imagem.

Palavras-chave: *seleção de parceiros; psicologia; evolução; análise estatística.*

* Doutora em Psicologia da Educação pela PUC-SP e professora da PUC-SP. E-mail: mhtag@puccsp.br.

** Doutor em Ciências pela USP e professor da PUC-SP e do IFSP. E-mail: rrpteixeira@bol.com.br.

*** Alunos do curso de Psicologia da PUC-SP.

Abstract

This work was made with university women from the city of São Paulo in 2007 to determine the criteria they used to select partners for short-term and long-term romantic relationships. From a questionnaire and a Lickert-style scale in which they assigned values to specific characteristics regarding their self-image and the expectations for a short and long-term relationship, we obtained numerical results that enabled statistical analysis of the data. Comparing their self-image with short and long-term partners, the participants tend to choose partners different from themselves for short-term relationships but similar for long-term ones. For long-term partners, women look for characteristics in categories that can provide security. Furthermore, both for short-term and long-term partners, the average demands of women regarding financial resources are also lower than their self-image.

Keywords: partner selection; psychology; evolution; statistical analysis.

INTRODUÇÃO

Sempre existiram dificuldades em definir objetivamente algo tão subjetivo como o amor, ainda que seja um sentimento descrito há muito tempo. Para Macfarlane (1990): “*Uma das localizações mais antigas para o seu surgimento [do amor romântico e cortês] é a Europa meridional nos séculos XI e XII*” (p. 335).

Em geral, muitos são os teóricos que questionam inclusive a possibilidade de uma definição única para o conceito de amor (Hernandez e Oliveira, 2003). Segundo Almeida e Mayor (2006): “*A maioria das pessoas, utiliza o termo ‘amor’ para descrever sentimentos por uma pessoa por quem se sente mais fortemente atraída ou a quem se vê mais apegada*” (p. 264).

Na gênese desse conceito com certeza está a disponibilidade para ir ao encontro do outro. Considerando relacionamento amoroso como qualquer tipo de vínculo afetivo e sexual, Almeida (2004) explicita que: “*A capacidade para sentir atração amorosa e a esperança de ser correspondido são imprescindíveis para o sucesso de um relacionamento amoroso*” (p. 9).

Uma pesquisa recente (Silva, 2006) assinala que 90% das pessoas casam-se pelo menos uma vez e que nossa situação amorosa afeta quase

todas as outras áreas de nossas vidas. Como há vários tipos de experiências amorosas   possível questionar se há diferença entre os cr terios de sele o de mulheres para relacionamentos de curto e de longo prazo.

As diferentes concep es sobre o amor estão embasadas em teorias distintas. Buss (2002), partindo da Teoria da Evolu o, afirma que os seres humanos herdam e desenvolvem complexas estratégias para a procura de parceiros. Darwin (2004), a partir da observa o sobre as diferenças de tamanho e de outras características entre os dois sexos em diversas espécies, mostrou que no comportamento sexual existiria uma competi o intra-sexual, que daria vantagens ao membro vencedor do g nero competidor. Os vencedores passariam para a próxima gera o suas qualidades vencedoras. Assim, devido   sele o natural, as qualidades que um g nero considera como preferenciais tendem a passar com maior intensidade para as próximas gera es. Darwin observou também que, na maioria das vezes, os machos eram o g nero competitivo e as fêmeas o g nero seletor.

Para Trivers (1972), a diferença do ponto de vista de quem escolhe está no investimento que terá que fazer pela prole: o sexo que mais investe no cuidado com esta prole seria o que mais selecionaria. Para a maioria dos mamíferos, inclusive na espécie humana, as fêmeas que apresentam fecunda o interna investem mais que os machos, como por exemplo, na gesta o, no parto, na amamenta o e ainda no cuidado com a sobrevivência da prole. Em uma pesquisa utilizando esta visão evolucionista, Buss (1989) buscou as causas das diferenças dos comportamentos sexuais de homens e mulheres em razões biológicas. Ele apresentou as principais categorias enunciadas por mulheres na busca de parceiros do sexo masculino: o fornecimento de boa companhia, honestidade, considera o, ter uma posi o social boa, afeto, confiabilidade, inteligência, bondade, compreensão, ser interessante de se conversar, lealdade, fidelidade, bom senso de humor, adaptabilidade e gentileza. Nesta pesquisa, foram estudadas 37 culturas de seis continentes e 5 ilhas, com um total de 10.047 pessoas avaliadas, com aproximadamente 272 pessoas, em média, para cada cultura. Verificou-se que as mulheres d o um maior valor que os homens   boa condi o financeira. Esta pesquisa também apontou que mulheres procuram homens um pouco mais velhos por sua capacidade de compromisso, maturidade

e recursos. Homens dão mais valor à boa aparência e preferem mulheres mais férteis e, portanto, mais jovens. De qualquer forma, as diferenças de comportamento entre os dois gêneros nas estratégias de busca de parceiros existem em muitas culturas diferentes.

Os homens mostram-se mais propensos a engajar-se em relacionamentos de curto prazo pelo fato de que seu investimento não é tão alto quanto o da mulher na criação da prole. Uma pesquisa comportamental realizada por Clarke e Hatfield (1989) evidenciou as grandes diferenças entre homens e mulheres no que diz respeito ao investimento em relacionamentos no curto prazo. Para coletar os dados, alguns pesquisadores de ambos os sexos abordaram pessoas desconhecidas do sexo oposto em um campus universitário apresentando-se – “*Oi, eu tenho te notado pelo campus, e eu te acho muito atraente*” – e fazendo umas das três seguintes perguntas: “*Você sairia comigo? Você iria comigo para meu apartamento? Você faria sexo comigo?*” (p. 39). Das mulheres abordadas 50% disseram que sairiam, 6% iriam ao apartamento e 0% fariam sexo; algumas mulheres para as quais foi feito um convite sexual ficaram indignadas e se sentiram insultadas. Dos homens abordados, 50% disseram que sairiam, 69% iriam ao apartamento e 75% fariam sexo.

Buston e Emlen (2003) adicionaram uma nova concepção à teoria de investimento parental de Trivers. Para eles as pessoas buscam parceiros para relacionamentos amorosos de longo prazo que sejam parecidas com elas. Esta preferência é relativa: por exemplo, na existência de dada qualidade em uma pessoa do sexo feminino, maior será a prioridade desta mulher em conseguir um parceiro do sexo masculino com a mesma qualidade. Portanto, se um indivíduo tem uma característica a qual dá muito valor, este indivíduo tende a ser exigente nesse quesito na seleção das pessoas do sexo oposto. Na pesquisa feita por Buston e Emlen (2003), muitas das pessoas que se julgavam parceiros para relacionamentos de longo prazo, escolheram parceiros que também apresentavam características de longo prazo. A correlação entre pessoas nas mesmas categorias foi mais alta do que correlações entre categorias diferentes.

Considerando a quantidade de informações sobre o tema, esta pesquisa, procurou descobrir quais são os critérios relatados por mulheres

universitárias da cidade de São Paulo, em rela o   escolha de parceiros para relacionamentos de curto prazo e de longo prazo. A escolha em realizar esta pesquisa com mulheres universitárias foi feita por ser este um assunto pertinente   faixa etária, bem como há pesquisas já realizadas em universidades (Clarke e Hatfield, 1989, Buston e Emlen, 2003, e Silva, 2006) que podem servir para compara es.

MÉTODO

Participantes

Foram participantes da pesquisa 52 mulheres entre 17 e 33 anos (com idade média de 21 anos), escolhidas aleatoriamente e que freqüentavam diversos cursos de cinco universidades da cidade de São Paulo – quatro particulares e uma pública. As participantes foram abordadas pelos pesquisadores em suas universidades e após serem informadas dos objetivos da pesquisa, voluntariamente concordaram em preencher o questionário, assinando um termo de consentimento.

Procedimento de coleta de dados

Foi utilizado um questionário com perguntas abertas sobre: a) o perfil da participante: idade e experiências amorosas (número de parceiros com quem já “ficou”, número de parceiros com quem namorou, número de vezes que já se apaixonou, número de vezes que já amou) conforme indica o de Silva (2006); b) a defini o para relacionamentos de curto prazo e relacionamentos de longo prazo. Uma segunda parte do questionário apresentava uma escala do tipo Lickert com valores de 1 a 5 para que a participante assinalasse o tipo de importância dada a determinadas características com rela o a si mesma, e a seus parceiros (de curto prazo e de longo prazo).

A escolha das características utilizadas para a coleta de dados embasou-se nas categorias utilizadas por Buss (1989) e por Buston e Emlen (2003) e foram, ainda, adaptadas após a realiza o de um pré-teste com 10 sujeitos.

As 13 características eram as mesmas tanto para a avaliação da auto-imagem quanto para a de parceiros de curto prazo e para parceiros de longo prazo. Este fato, ao lado da literatura de referência deste trabalho, contribuiu para considerar-se adequadas as características escolhidas, ainda que as universitárias pudessem se utilizar de definições diferentes para cada uma delas. As características analisadas foram as seguintes: personalidade interessante; fidelidade; devoção a um relacionamento; bondade e compreensão; religiosidade; beleza física; comprometimento familiar; perspectiva de ter filhos; inteligência; nível educacional; ambição; status social; recursos financeiros. Para cada uma dessas características a possibilidade de atribuição de valores variava de 1 a 5. Em relação à sua auto-imagem os valores tinham os seguintes significados: 1 - Não Tenho; 2 - Tenho pouco; 3 - Tenho; 4 - Tenho suficiente; 5 - Tenho muito. Na avaliação de parceiros de curto e de longo prazo os valores significavam: 1 - Desconsidero; 2 - Pouco importante; 3 - Importante; 4 - Necessário; 5 - Indispensável.

Procedimento de análise dos dados

As categorias das questões abertas foram estabelecidas a partir de leitura e releitura de todas as respostas e referiam-se à definição de relacionamentos de curto e longo prazo. Os resultados da escala foram somados por característica, mantendo-se a separação em auto-imagem, relacionamento de curto prazo e relacionamento de longo prazo. Além disso, estes dados foram tratados estatisticamente de forma a verificar se houve diferenças significativas entre os atributos de auto-imagem, relacionamento de curto prazo e de longo prazo.

RESULTADOS

Ao serem questionadas sobre critérios para a definição de relacionamentos de curto prazo e longo prazo obteve-se o seguinte resultado: a maior porcentagem (31,5%) indica ter expectativas futuras para relacionamentos a longo prazo; 20,4 % consideram que a diferença entre os dois tipos de relacionamentos é apenas o tempo cronológico. Uma parcela um pouco

menor (14,8%) apresenta a confiança entre os parceiros como o critério mais adequado e 12,9% definiram curto prazo como “ficada” e longo prazo como namoro. Deve-se ressaltar que 18,5% das mulheres não responderam a estas questões, talvez corroborando a idéia da dificuldade em definir situações amorosas.

Utilizando-se dos critérios expostos acima, as participantes afirmaram ter namorado 2,5 vezes em média, se apaixonado 4 vezes e amado 2,7 vezes, em média, durante sua vida, o que significa que, curiosamente, as mulheres se apaixonam mais do que namoram ou amam. Além disso quase a metade delas (48,1%) relatou já ter “ficado” de onze a trinta vezes em suas vidas.

Os resultados das características específicas que poderiam ser utilizadas como critérios para escolha de parceiros de curto e longo prazo e a comparação com a atribuição dessas mesmas características para si (auto-imagem) foram sintetizados na Tabela 1. É importante lembrar que os valores variavam, numa escala crescente, de 1 a 5, com o número 5 sendo uma característica mais intensa atribuída a si mesma ou a seus parceiros.

Tabela 1 – Médias dos valores atribuídos por mulheres universitárias a características pessoais em relação à sua auto-imagem e a critérios para estabelecerem relacionamentos de curto prazo e de longo prazo

	Auto-imagem	Relacionamentos de curto prazo	Relacionamentos de longo prazo
Personalidade Interessante	4,02	4,08	4,67
Fidelidade	4,13	3,23	4,73
Devoção a um relacionamento	4,13	3,21	4,62
Bondade e Compreensão	3,88	3,48	4,29
Religiosidade	2,56	1,83	2,50
Beleza Física	3,44	3,13	2,88
Comprometimento familiar	4,17	2,88	4,17
Perspectiva de ter filhos	3,92	1,96	3,67
Inteligência	4,10	3,94	4,63
Nível Educacional	4,23	4,00	4,38
Ambição	4,02	2,96	3,75
Status social	3,40	2,73	3,21
Recursos Financeiros	3,67	2,94	3,31
(média final \pm desvio padrão)	3,82 \pm 0,45	3,11 \pm 0,67	3,91 \pm 0,72

De todas as características analisadas, a *religiosidade* foi a menos considerada como atributo tanto para a escolha para parceiros quanto na sua auto-imagem. *Personalidade interessante* e *nível educacional* foram as duas características mais valorizadas para a escolha de parceiros e em relação à sua auto-imagem, com valores médios iguais ou acima de 4,0.

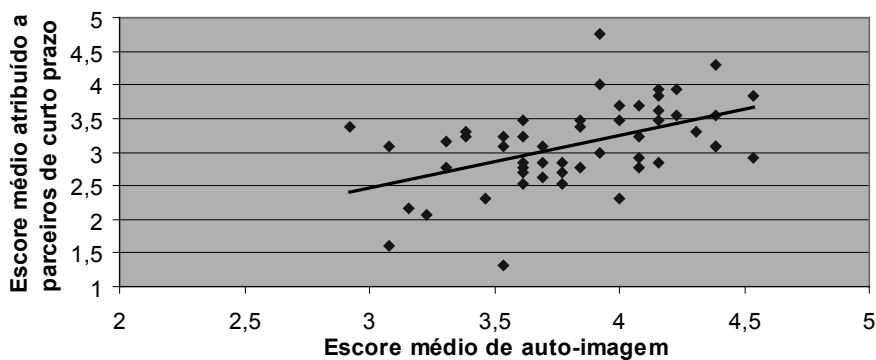
Aplicando o teste estatístico t de *Student* adequado para esta situação, com nível de confiança de 99,9% ($p < 0,001$), concluímos que há uma diferença estatisticamente significativa entre as escolhas das mulheres para relacionamentos de curto e de longo prazo. Há, também, uma diferença ($p < 0,001$) estatisticamente significativa entre o que as universitárias atribuem à auto-imagem e os critérios de escolha para relacionamento de curto prazo. Isto significa que não é necessário que haja semelhança entre o que ela relata sobre si mesma e o que ela procura em um parceiro para curto prazo.

Finalmente, aplicando o teste t de *Student* com nível de confiança de 95% ($p < 0,05$) concluímos que não há diferença estatisticamente significativa entre o relato de auto-imagem das mulheres e os critérios de escolha de parceiros para longo prazo. Isto significa que há uma considerável semelhança entre as características auto-atribuídas pelas mulheres e as de possíveis parceiros duradouros. Aliás, apesar de a diferença não ser significativa, os resultados obtidos para as exigências a respeito de um parceiro de longo prazo (média=3,91) são em média superiores à avaliação sobre si mesmas (média=3,82), ao contrário do que ocorreu para as exigências na escolha de parceiros de curto prazo (média=3,11).

Analisando as médias das repostas das categorias separadamente encontramos maiores semelhanças entre os escores de auto-Imagem e os escores para parceiros de *curto prazo* nas categorias personalidade interessante, inteligência e nível educacional, ou seja, mesmo com, a existência de uma diferença significativa entre as características médias de sua auto-imagem e o que busca em parceiros no curto prazo, encontram-se maiores semelhanças em algumas características pontuais. Com exceção do quesito personalidade interessante, nenhuma média atribuída para parceiro de curto prazo foi maior que para a auto-imagem.

Analisando as médias das repostas das categorias separadamente encontramos maiores semelhanças entre os escores de auto-imagem e os escores para parceiros de *longo prazo* nas categorias: religiosidade, comprometimento familiar, perspectiva de ter filhos, nível educacional e status social. Existiram resultados que indicaram maiores diferenças entre as características médias de longo prazo e as de auto-imagem: personalidade interessante, fidelidade, devoção a um relacionamento, bondade e compreensão e inteligência – nestes casos as médias para a auto-imagem foram menores. Isto foi interpretado como uma indicação de que as mulheres são mais exigentes, nesses quesitos, para a escolha de parceiros de longo prazo, que com elas próprias. Foi possível, a partir das 13 características analisadas, encontrar um escore médio para a auto-imagem, um escore médio atribuído para parceiros de curto prazo e um escore médio atribuído para parceiros de longo prazo, apresentados no final da tabela 1.

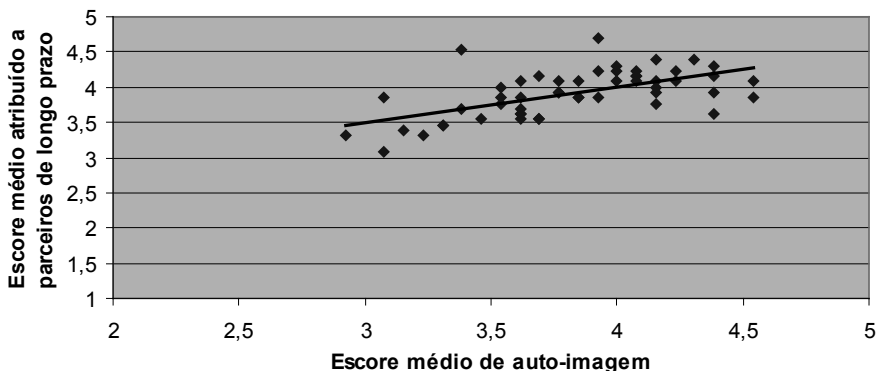
Gráfico 1 – Escores médios atribuídos para parceiros de curto prazo em função dos escores de auto-imagem para cada uma das 52 estudantes pesquisadas



O gráfico 1 mostra como se comportaram os escores médios para parceiros de *curto prazo* em função dos escores de auto-imagem para todas as mulheres pesquisadas. Foi ajustado um polinômio de primeira-ordem (regressão linear) e foram obtidos $R^2=0,24$, $p<0,001$, $F=15,468$, indicando uma significativa correlação entre as duas variáveis, um resultado também obtido no trabalho de Buston e Emlen (2003) o que para os autores indica

que “*indivíduos que têm uma alta auto-imagem eram mais seletivos nas suas preferências por parceiros que aqueles com um baixo escore de auto-imagem*” (p. 8808).

Gráfico 2 – Escores médios atribuídos para parceiros de longo prazo em função dos escores de auto-imagem para cada uma das 52 estudantes pesquisada



O gráfico 2 mostra como se comportaram os escores médios para parceiros de *longo prazo* em função dos escores de auto-imagem para todas as mulheres pesquisadas. Foi também ajustado um polinômio de primeira-ordem (regressão linear) e foram obtidos $R^2=0,35$, $p<0,00001$ e $F=27,434$ indicando uma correlação entre as duas variáveis ainda maior que no caso anterior.

CONCLUSÕES

Este trabalho estudou os relacionamentos a curto e longo prazo e os critérios que as mulheres relatam utilizar para seleção de parceiros. Pudemos observar que todas as mulheres entrevistadas já tinham um histórico de relacionamentos amorosos, podendo então expressar suas experiências e aspirações com propriedade.

Os dados indicaram que existem diferenças entre critérios usados por mulheres para selecionar seus parceiros para relacionamentos de curto e

de longo prazo. Utilizando o mesmo tratamento para todas as categorias, os resultados evidenciam que as mulheres mostram-se menos exigentes quanto a parceiros de curto prazo, uma vez que elas atribuíram valores numéricos mais baixos para as características destes potenciais parceiros em rela o às características que ela mesma julga possuir.

Por outro lado, no que diz respeito a relacionamentos de longo prazo, as mulheres buscam parceiros com características parecidas com as que elas relatam possuir.

Uma análise específica de cada categoria acrescenta muito aos resultados. Apesar dos resultados indicarem que os parceiros para relacionamentos de curto prazo não precisam ser semelhantes   mulher e parceiros de longo prazo sim, as semelhanças ou diferenças não se apresentaram em todos os qualificativos.

Podemos destacar um resultado interessante na categoria recursos financeiros dos parceiros. No caso de parceiros de curto prazo, as exigências médias das mulheres são bem menores do que a sua auto-imagem, mas mesmo no caso de parceiros de longo prazo, as exigências médias das mulheres a respeito de recursos financeiros têm são menores. O fato das participantes relatarem que não procuram segurança financeira em seus parceiros pode refutar teorias tradicionais sobre este tema associadas   aquisi o de recursos. Levantamos a hipótese de que isto se deve   principal característica da popula o que entrevistamos: mulheres universitárias de São Paulo que possivelmente já tem ou estão buscando segurança financeira em seu próprio trabalho e não em seus parceiros. Isto indica que variáveis e contextos culturais e históricos podem ser tão importantes na escolha de parceiros quanto características associadas   herança biológica dos seres humanos, visto que a emancipa o financeira de muitas mulheres   um acontecimento histórico recente.

Ao escolher parceiros de longo prazo, as mulheres buscam características semelhantes em categorias que possam proporcionar segurança (por exemplo, comprometimento familiar, fidelidade, devo o a um relacionamento). Esta análise está de acordo com as teorias para as quais a mulher deve procurar nos homens que serão seus companheiros por longos períodos, características que proporcionem segurança para si e seus filhos.

Apesar das semelhanças no geral com os parceiros de relacionamentos de longo prazo, em algumas categorias encontramos diferenças importantes entre a auto-imagem e a escolha de parceiros de longo prazo. É interessante também notar que nas duas análises – para parceiros de curto e de longo prazo – a beleza física foi uma categoria que as mulheres não exigem tanto do outro quanto exigem delas mesmas. Este resultado indica que o valor que, segundo a literatura, é o mais procurado pelo sexo masculino, a beleza física da mulher, acaba tendo um valor maior para o próprio gênero seletor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida, T. (2004). *A Gênese e a Escolha no Amor Romântico: Alguns Princípios Regentes*. *Revista de Psicologia da UFC (Fortaleza)*, 22 (1/2), 9-13.
- Almeida, T. e Mayor, A. S. (2006). *Amar, o amor: uma perspectiva contemporâneo-ocidental da dinâmica amorosa dos relacionamentos*. In: Starling, R. R. e Carvalho, K. A. *Ciência do Comportamento*. São Paulo: ESETEC.
- Buss, D. (1989). *Sex differences in human mate preferences: Evolutionary hypothesis testing in 37 cultures*. *Behavioral and Brain Sciences*, 12, 1-49.
- (2002). *Human mating strategies*. *Samfundsokonomien*, 4, 47-58.
- Buston, P. M. e Emlen, S. T. (2003). *Cognitive processes underlying human mate choice: the relationship between self-perception and mate preference in Western society*. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the USA*, 100 (15), 8805-8810.
- Clarke, R.D. e Hatfield, E. (1989). *Gender differences in receptivity to sexual offers*. *Journal of Psychology and Human Sexuality*, 2, 39-55.
- Darwin, C. (2004) *A origem do homem e a seleção sexual*. Belo Horizonte: Itatiaia.
- Hernandez, J. A. e Oliveira, M. (2003). *Os componentes do amor e a satisfação*. *Psicologia, Ciência e Profissão*, 21 (3), 58-69.
- Macfarlane, A. (1990). *História do casamento e do amor*. São Paulo: Companhia das Letras.

- Silva, A. (2006). *O conteúdo da vida amorosa de estudantes universitários*. *Intera o em Psicologia*, 10(2), 301 - 312.
- Trivers, R.L. (1972). *Parental investment and sexual selection*. In: Campbell, B. *Sexual selection and the descent of man: 1871-1971*. Chicago: Aldine.

