



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – UnB
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA
SOCIAL, DO TRABALHO E DAS ORGANIZAÇÕES
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA

EFEITOS DE LETRAS DE MÚSICAS EM COMPORTAMENTOS PRÓ- SOCIAIS: TESTE
DO MODELO GERAL DA APRENDIZAGEM

Carlos Eduardo Pimentel

Brasília, Junho de 2012

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – UnB
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA
SOCIAL, DO TRABALHO E DAS ORGANIZAÇÕES
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA

EFEITOS DE LETRAS DE MÚSICAS EM COMPORTAMENTOS PRÓ-SOCIAIS: TESTE
DO MODELO GERAL DA APRENDIZAGEM

Carlos Eduardo Pimentel
Orientador: Prof. Dr. Hartmut Günther

Brasília, Junho de 2012

EFEITOS DE LETRAS DE MÚSICAS EM COMPORTAMENTOS PRÓ-SOCIAIS: TESTE DO MODELO GERAL DA APRENDIZAGEM

Carlos Eduardo Pimentel

Tese de Doutorado apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações da Universidade de Brasília como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Hartmut Günther (Presidente)

Prof. Dr. Cláudio V. Torres (Membro Interno)

Prof. Dr. Ronaldo Pilati (Membro Interno)

Prof. Dr. Valdiney V. Gouveia (Membro Externo)

Prof. Dr. Diogo Conque Seco Ferreira (Membro Externo)

Prof. Dr. Bartholomeu T. Tróccoli (Membro Suplente)

Juízo Final

O sol há de brilhar mais uma vez
A luz há de chegar aos corações

Do mal será queimada a semente
O amor será eterno novamente

É o juízo final
A história do bem e do mal
Quero ter olhos pra ver
A maldade desaparecer
(Nelson Cavaquinho)

Rapaz Folgado

Deixa de arrastar o teu tamanco
Pois tamanco nunca foi sandália
E tira do pescoço o lenço branco
Compra sapato e gravata
Joga fora esta navalha que te atrapalha

Com chapéu do lado deste rata
Da polícia quero que escapes
Fazendo um samba-canção
Já te dei papel e lápis
Arranja um amor e um violão

Malandro é palavra derrotista
Que só serve pra tirar
Todo o valor do sambista
Proponho ao povo civilizado
Não te chamar de malandro
E sim de rapaz folgado
(Noel Rosa)

Dedicatória

Aos meus pais: Eduardo C. Pimentel & Maria Lúcia Bernardo
Pimentel

Agradecimentos

Gostaria de agradecer ao meu orientador, Prof. Dr. Hartmut Günther, por toda a orientação nesta tese, assim como por sua ajuda que ultrapassou o âmbito acadêmico. Neste sentido, gostaria de agradecer também a Profa. Dra. Isolda Günther, por ter me ouvido e me ajudado no momento que eu mais precisei. Precisaria do espaço de uma tese para agradecê-la devidamente. Muito obrigado!

Agradeço muitíssimo ao grande Professor Craig A. Anderson por ter sempre respondido aos meus e-mails, dando sua valiosa opinião, contribuindo decisivamente para este trabalho. As limitações que podem existir nesta tese, não se devem atribuir a ele, mas somente a mim, ainda um aprendiz de seu modelo teórico.

Não poderia deixar de agradecer ainda ao Professor Tobias Greitemeyer pelo envio da tarefa de completar palavras e artigos. Agradeço imensamente ao Professor Andrew F. Hayes por me ajudar a entender um pouco mais de estatística, especialmente no que se refere aos modelos de mediação moderada. Todo o seu apoio foi fundamental e teria sido impossível levar a cabo as análises estatísticas sem sua preciosa ajuda. Além destes sempre lembrados professores, quero agradecer igualmente a todos aqueles com os quais pude aprender durante minha passagem no doutorado do Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações da Universidade de Brasília. Especialmente, agradeço aos professores que aceitaram participar na banca de qualificação e agora na defesa de tese: Prof. Dr. Cláudio V. Torres, Prof. Dr. Ronaldo Pilati e Prof. Dr. Bartholomeu T. Tróccoli, e aos demais integrantes da defesa de tese: Prof. Dr. Diogo Conque Seco Ferreira e Prof. Dr. Valdiney V. Gouveia.

Agradeço ao Prof. Valdiney especialmente por toda a motivação que me ajudou a seguir como pesquisador em psicologia. Particularmente, agradeço aos membros do grupo de pesquisa *Bases Normativas do Comportamento Social*, que contribuiu com a coleta dos dados. Cito, especialmente, as seguintes pessoas: Ana Karla Soares, Viviany Pessoa, Kátia Vione, Rebecca Athayde, Luana Souza, Rafaella Araújo, Jéssica Queiroga, Jaqueline Cavalcanti, Roosevelt Souza, Layrthton Santos, Thiago Jessé e Larisse Barbosa por todo o apoio fundamental para os estudos empíricos. Não posso esquecer o apoio dado por Fabiana Queiroga, Maja Meira e Girlene Jesus quando cheguei em Brasília para a seleção do doutorado e quando cheguei para o início das aulas. Obrigado meninas! Também é importante agradecer a Pollyana Diniz e Taciano L. Milfont pelas valiosas conversas e envio dos artigos. Agradeço ainda a Thiago Oliveira por me ajudar na coleta de dados em Aracaju; Geovana Nunes, Jéssica dos Santos e Bárbara Monteiro por terem realizado a coleta de dados em Brasília. Agradeço ao amigo Leonardo Weber, Peter Black e ao Laboratório de Psicologia Ambiental pela ajuda na seleção das músicas e por todas as discussões. Expresso minha gratidão também a Zenith Delabrida por ser minha amiga nos momentos difíceis e o apoio dos amigos Tiago Penna e Thiago Nascimento.

Finalmente, mas não menos importante, gostaria de agradecer o apoio dos meus pais que me motivaram em um momento difícil deste trabalho, que me estimularam a não desistir e seguir adiante. Agradeço muitíssimo ao apoio financeiro me dado em forma de bolsa pelo CNPq, instituição que muito me honra e que me possibilitou residir em Brasília e estudar no doutorado. Quero, além do mais, agradecer a todo o apoio emocional dado por minha noiva Viviane Maynard, que sempre me estimulou para desenvolver este trabalho e quem foi mais do que uma namorada; foi uma amiga indispensável, uma querida parceira. Este trabalho é para você, como parte do meu amor. À minha sogra e cunhada pela ajuda nas tarefas de casa e por me motivarem a seguir. A toda a minha família, meus irmãos Marcos, Lúcio e Tatiana Pimentel e a os meus sobrinhos queridos por terem acreditado em mim e me apoiado nesta árdua tarefa de concluir uma tese.

EFEITOS DE LETRAS DE MÚSICAS EM COMPORTAMENTOS PRÓ-SOCIAIS: TESTE DO MODELO GERAL DA APRENDIZAGEM

Resumo

Diversos estudos na psicologia demonstraram os efeitos de filmes violentos no comportamento agressivo. Mais recentemente novos estudos demonstraram os efeitos de vídeo games violentos no comportamento agressivo e outras variáveis relacionadas. Estes estudos mostram a importância da influência da mídia no comportamento antissocial. No entanto, a importância da influência da mídia no comportamento pró-social ainda demanda estudos empíricos. Neste sentido, estudos realizados em outro contexto já mostraram que letras de músicas pró-sociais podem aumentar a acessibilidade a pensamentos pró-sociais, empatia e comportamentos pró-sociais. Porém, nenhum estudo foi verificado no contexto brasileiro que tenha explorado estas questões. Tendo em vista a importância da música na vida das pessoas e, especificamente, o conteúdo que veiculam por meio de suas letras, decidiu-se realizar a presente tese. Esta se compõe de quatro estudos com o objetivo principal de conhecer os efeitos de letras de músicas em comportamentos pró-sociais e variáveis relacionadas. Neste sentido, tomou-se como referência o Modelo Geral da Aprendizagem cuja ênfase recai na interação da pessoa com a situação. O Estudo 1 objetivou testar medidas de comportamentos pró-sociais. O Estudo 2 utilizou a melhor dessas medidas como variável dependente, buscando verificar o efeito de letra de música pró-social, considerando o papel moderador de variáveis pessoais e mediador dos afetos. No Estudo 3 o propósito foi verificar o efeito de letra de música pró-social no comportamento pró-social de doar dinheiro para um grupo de apoio a crianças com câncer, bem como o papel desta letra nos pensamentos pró-sociais. Finalmente, no Estudo 4, buscou-se conhecer o efeito de letra de música antissocial (violenta) no comportamento pró-social, considerando o papel mediador de pensamentos pró-sociais e moderador de variáveis pessoais. Os principais resultados contribuíram para a mensuração dos comportamentos pró-sociais por meio de medidas do tipo lápis e papel. Por outro lado, os efeitos esperados não foram estatisticamente significativos. Portanto, geralmente não foram confirmados os efeitos de letras de músicas em comportamentos pró e antissociais. Não obstante, constatou-se que a letra de música pró-social levou a maior quantidade de doação de dinheiro comparada à letra de música neutra. Verificaram-se, ademais, efeitos indiretos da letra de música pró-social em comportamentos pró-sociais, com a mediação dos afetos positivos e que a letra de música antissocial diminuiu a acessibilidade de pensamentos pró-sociais. Concluiu-se, pois, que não foram reunidas evidências favoráveis para a comprovação do Modelo Geral da Aprendizagem. Os resultados foram comparados com pesquisas prévias sobre o efeito de letras de músicas e foram discutidos aspectos metodológicos que recomendam cautela na interpretação dos resultados e o viés de comprovação de hipóteses na literatura psicológica.

Palavras-chave: Modelo Geral da Aprendizagem; Música; Pró-social; Antissocial.

EFFECTS OF SONG LYRICS ON PROSOCIAL BEHAVIORS: TESTING THE GENERAL LEARNING MODEL

Abstract

Several studies in psychology have shown the effects of violent films on aggressive behavior. More recently, new studies have shown the effects of violent video games on aggressive behavior and other related variables. These studies show the importance of media influence on antisocial behavior. However, the importance of media influence on prosocial behavior deserves further empirical studies. In this sense, studies in other contexts have shown that prosocial song lyrics can increase the accessibility of prosocial thoughts, empathy and prosocial behavior. However, no study was found in the Brazilian context that has explored these issues. According to the importance of music in people's lives and specifically the content they convey through their lyrics, it was decided to carry out this dissertation. It consists of four studies, having the main aim of knowing the effects of song lyrics on prosocial behavior and related variables. For this purpose, it was taken into account the General Learning Model, which emphasis on the person's interaction with the situation. Study 1 aimed to test measures of prosocial behavior. Study 2 used the best of these measures as the dependent variable, checking the effect of prosocial song lyric, considering the moderating role of personal variables and mediator of affect. In Study 3 we sought to determine the effect of prosocial song lyric on prosocial behavior to donate money to a support group for children with cancer as well as the role of this lyric in prosocial thoughts. Finally, in Study 4 we sought to determine the effect of antisocial (violent) song lyric on prosocial behavior, considering the mediating role of prosocial thoughts and moderator of personal variables. The main findings contributed to the measurement of prosocial behavior through paper and pencil measures. On the other hand, their expected effects were no significant. So, in general, the results do not confirm the effects of lyrics on prosocial and antisocial behaviors. Nevertheless, it was found that the prosocial song lyric led to a greater amount of donation money compared to the neutral song lyric. There were, moreover, indirect effects of prosocial song lyrics on prosocial behavior, with the mediation of positive affect and that the antisocial lyrics decreased the accessibility of prosocial thoughts. In conclusion, it was not obtained empirical evidences supporting the General Learning Model. The findings were compared with previous research on the effect of song lyrics, and methodological aspects were also discussed, suggesting caution in interpreting the results and indicating possible bias in the verification of hypotheses in the psychological literature.

Keywords: General Learning Model; Music; Prosocial; Antisocial.

EFFECTOS DE LETRAS DE CANCIONES EN EL COMPORTAMIENTO PRO-SOCIAL: PRUEBA DE EL MODELO GENERAL DEL APRENDIZAJE

Resumen

Varios estudios de la psicología han demostrado los efectos de las películas violentas sobre el comportamiento agresivo. Más recientemente, nuevos estudios han demostrado los efectos de los videojuegos violentos en el comportamiento agresivo y otras variables relacionadas. Estos estudios muestran la importancia de la influencia de los medios sobre el comportamiento antisocial. Sin embargo, la importancia de la influencia de los medios en la conducta pro-social aún requiere de estudios empíricos. En este sentido, estudios realizados en otros contextos han mostrado que las letras musicales pro-sociales pueden aumentar la accesibilidad de los pensamientos prosociales, empatía y conducta prosocial. Sin embargo, ningún estudio se encontró en el contexto brasileño, que ha examinado estas cuestiones. Dada la importancia de la música en la vida de las personas y, específicamente, el contenido que transmiten a través de sus letras, se decidió llevar a cabo esta tesis. Este se compone de cuatro estudios con el objetivo principal de conocer los efectos de las letras musicales en la conducta prosocial y otras variables relacionadas. En este sentido, tomamos como referencia el Modelo General de Aprendizaje, cuyo énfasis está en la interacción con la situación de la persona. El Estudio 1 tuvo como objetivo probar las medidas de la conducta prosocial. El Estudio 2 utiliza lo mejor de estas medidas como la variable dependiente, tratando de verificar el efecto de la lírica pro-social, teniendo en cuenta el papel moderador de las variables personales y el mediador del afecto. En el Estudio 3, el objetivo era investigar el efecto de la lírica prosocial en comportamiento pro-social para donar dinero a un grupo de apoyo para niños con cáncer y el papel de esta letra musical en pensamientos pro-sociales. Por último, en el Estudio 4, hemos tratado de determinar el efecto de la lírica antisocial (violenta) en el comportamiento pro-social, teniendo en cuenta el papel mediador de los pensamientos prosociales y moderador de las variables personales. Los principales resultados contribuyeron a la medición de la conducta pro-social a través de medidas tales como lápiz y papel. Por otra parte, los efectos de las letras musicales esperados no fueron estadísticamente significativas. Por lo tanto, generalmente no se confirmaron los efectos de las letras sobre las conductas pro y antisocial. Sin embargo, se encontró que las letras prosociales tomó la mayor cantidad de donación en dinero donación en comparación con las letras de las canciones neutras. Había, además, los efectos indirectos de las letras en prosocial comportamiento pro-social, con la mediación de afecto positivo y que las letras antisociales disminución de la accesibilidad de los pensamientos prosociales. Por ello no se reunieron evidencia favorable para probar el Modelo General de Aprendizaje. Los resultados fueron comparados con investigaciones anteriores sobre el efecto de la música y las letras. Se discutieron los aspectos metodológicos que recomiendan precaución en la interpretación de los resultados y las pruebas de hipótesis de sesgo en la literatura psicológica.

Palabras clave: Modelo General de Aprendizaje, Música, Pro-social, Antisocial.

Índice

1. Introdução	1
1.1. Letras de Músicas.....	7
1.1.1. Letras de Músicas e Comportamentos Antissociais: O diabo é o pai do rock?.....	9
1.1.2. Letras de Músicas e Comportamentos Pró-sociais: All you need is love!	11
2. Fundamentação Teórica	15
2.1. Teoria da Modelação.....	15
2.2. Modelo Neo-Associacionista Cognitivo.....	16
2.3. Teoria do Script.....	17
2.4. Teoria da Transferência da Excitação.....	18
2.5. Teoria da Interação Social	19
2.6. Teoria do Processamento Social da Informação	19
2.7. Modelo Geral da Agressão.....	20
2.8. Modelo Geral da Aprendizagem.....	21
3. O Modelo da Presente Tese	23
3.1. Variáveis Situacionais	24
3.2. Variáveis Pessoais.....	25
3.2.1. Preferência Musical	25
3.2.2. Agradabilidade	26
3.2.3. Autoestima	27
3.3. Variáveis Mediadoras	27
3.3.1. Afetos Positivos.....	27
3.3.2. Pensamentos Pró-sociais	28
3.4. Variável Comportamental	28
3.4.1. Comportamento Pró-social	28
3.5. Mensuração de Variáveis	29
3.6. Visão Geral dos Estudos.....	32
4. Estudos empíricos	35
4.1. Estudo 1. Adaptação e teste de escalas de comportamento pró-social.....	36
4.1.1. Método.....	36
4.1.2. Resultados	39
4.1.3. Discussão Parcial.....	42
4.2. Estudo 2. Letra de Música Pró-social, Afetos Positivos e Comportamentos Pró-sociais....	44
4.2.1. Método.....	45

4.2.2. Resultados	49
4.2.3. Discussão Parcial.....	54
4.3. Estudo 3. Letra de Música Pró-social, Pensamentos e Comportamento Pró-sociais.....	57
4.3.1. Método.....	58
4.3.2. Resultados	60
4.3.3. Discussão Parcial.....	61
4.4. Estudo 4. Letra de Música Antissocial, Pensamentos e Comportamento Pró-sociais	63
4.4.1. Método.....	64
4.4.2. Resultados	66
4.4.3. Discussão parcial.....	68
5. Discussão Geral.....	70
6. Considerações Finais.....	77
7. Referências	79
8. ANEXOS	94

Lista de Tabelas

Tabela 1. Índices de ajuste dos modelos unifatoriais das escalas de comportamento pró-social	40
Tabela 2. Estatísticas descritivas e correlações entre as escalas de comportamentos pró-sociais e desejabilidade social	41
Tabela 3. Estrutura fatorial da Escala de Agradabilidade	51
Tabela 4. Estrutura fatorial da Escala de Afetos Positivos	52
Tabela 5. Correlações entre as variáveis do estudo	54
Tabela 6. Correlações entre letra de música, música convencional, agradabilidade, autoestima e pensamentos pró-sociais	60
Tabela 7. Correlações entre as variáveis do estudo	67

Lista de Figuras

Figura 5. Esquema dos estudos para explicação dos comportamentos pró-sociais.....	34
Figura 6. Modelo de mediação moderada - Estudo 2.....	45
Figura 7. Gráfico scree da Escala de Agradabilidade.....	50
Figura 8. Gráfico scree da Escala de Afetos Positivos.....	52
Figura 9. Modelo de mediação moderada - Estudo 3.....	58
Figura 10. Modelo de mediação moderada - Estudo 4.....	64
Figura 11. Médias em Pensamentos Pró-sociais por Letra de Música.....	66

Efeitos de Letras de Músicas em Comportamentos Pró-sociais: Teste do Modelo Geral da Aprendizagem

1. Introdução

A mídia é um dos fenômenos mais importantes da sociedade e desde os tempos mais longínquos tem chamado a atenção e também preocupado, sobretudo, no tocante à mensagem que divulgam para as massas. Por exemplo, Platão, idealizou uma república sem poetas para que estes não influenciassem os jovens com suas histórias de comportamentos indecentes (Chandler, 2010).

Esta preocupação no que concerne aos efeitos da mídia deve-se a sua influência no comportamento humano. Os efeitos da exposição à mídia têm sido tratados sistematicamente na história da psicologia. Uma explosão de pesquisas mostrou a preocupação com o conteúdo da TV e, especificamente, dos filmes violentos em influenciar comportamentos antissociais, sobretudo a agressão e variáveis relacionadas, como cognições e emoções agressivas (Anderson, 1997; Bandura, 1965; Bandura, Ross & Ross, 1963; Berkowitz, Corwin & Heironimus, 1963; Bushman, 1995, 1998; Bushman & Geen, 1990; Eron, Huesmann, Lefkowitz & Walder, 1972; Leyens, Camino, Parke & Berkowitz, 1975; Meyer, 1972; Noble, 1973; Thomas, Horton, Lippincott & Drabman, 1977; Turner & Berkowitz, 1972; para revisões, vejam-se Giles, 2003; Huesmann, Moise & Podolski, 1997; Huesmann & Taylor, 2006). Por outro lado, Freedman (1984) ao revisar estudos de campo sobre violência na TV e comportamentos agressivos, concluiu que estes estudos produziram resultados mistos e que não existe evidência que assistir violência cause agressividade. No entanto, com base nas pesquisas revisadas mais recentemente por Huesmann e Taylor, os autores concluem que a violência ficcional na televisão e nos filmes leva a um aumento da agressão nos telespectadores.

Já se verificou também influência de vídeos musicais em comportamentos antissociais, mas estudos novos ainda são necessários (Hansen & Hansen, 1990). Num estudo experimental os autores verificaram que a exposição a vídeos de *rock* produziu avaliações diferentes de comportamentos antissociais. Além dos filmes e TV, outro tipo de mídia que também tem chamado a atenção dos pesquisadores diz respeito aos vídeo-games violentos (Anderson & Ford, 1986; Anderson & Dill, 2000; Anderson & Morrow, 1995; Bushman & Anderson, 2002; para revisões mais detalhadas, vejam-se Anderson & Bushman, 2001; Anderson et al., 2010; Bushman & Anderson, 2001; Huesmann & Taylor, 2006). De acordo com a meta-análise realizada por Anderson et al., as pesquisas sobre o efeito da exposição a vídeo-games mostraram os efeitos daqueles violentos no aumento da agressão e variáveis relacionadas, como pensamentos e sentimentos agressivos. Verificou-se ainda que este tipo de jogos produziu efeitos de desensibilização, diminuiu a empatia, se correlacionou negativamente com o comportamento pró-social e diminuiu a probabilidade de os participantes mostrarem comportamento de ajuda (ver também Barlett, Anderson & Swing, 2009; Bushman & Anderson, 2009). Por outro lado, esta meta-análise (Anderson et al., 2010) foi criticada por Ferguson

e Kilburn (2010) que destacaram que os efeitos de vídeo-games violentos não são na verdade preocupantes, mas estas críticas foram vigorosamente replicadas por Bushman, Rothstein e Anderson (2010).

Nesta área de influência de mídia, a música tem sido também pesquisada. Um aspecto que tem chamado a atenção no que se refere às músicas diz respeito ao conteúdo que estas transmitem por meio de suas letras (American Academy of Pediatrics, 1996, 2009). A análise das letras de músicas vem sendo estudada na psicologia e disciplinas correlatas, como a pediatria e sociologia. Busca-se, por exemplo, verificar o conteúdo de letras de músicas que tratam de uso e abuso de drogas (Market, 2001). Algumas pesquisas já verificaram os efeitos de letras de músicas violentas e observaram aumento em comportamentos, pensamentos e sentimentos agressivos (Anderson, Carnagey & Eubanks, 2003; Fisher & Greitemeyer, 2006).

Por outro lado, os efeitos positivos da mídia, como aqueles relacionados aos comportamentos pró-sociais, têm recebido menos atenção (Greitemeyer, 2009a, 2011b). Algumas pesquisas já demonstraram o efeito positivo da mídia no comportamento pró-social (para revisões, vejam-se Berkowitz, 1984; Gentile et al., 2009; Giles, 2003; Huesmann et al., 1997). Friedrich e Stein (1973, 1975 citados por Narvaez & Mattan, 2006), por exemplo, investigaram o efeito de diferentes programas televisivos (pró-social, agressivo e neutro) no comportamento pró-social de crianças de 3 a 5 anos de idade. Após quatro semanas do experimento, verificaram que as crianças da condição pró-social exibiam comportamentos mais autocontrolados, obedientes e persistentes ao completar tarefas.

Poucas pesquisas foram feitas sobre os efeitos positivos de vídeos-games (Gentile et al., 2009), mas também já foi verificado o efeito de vídeo-games pró-sociais no comportamento pró-social de crianças (Narvaez & Mattan, 2006). Esta pesquisa ofereceu apoio empírico ao uso de vídeo-games cooperativos para aumentar o comportamento cooperativo em crianças; isso, claramente, pode favorecer abordagens terapêuticas para modificação de comportamentos (Street, Hoppe, Kingsbury & Ma, 2004). Em estudos longitudinais, experimentais e correlacionais em países diferentes, verificou-se também que vídeo-games que mostram comportamentos de ajuda (pró-sociais) influenciaram os comportamentos de ajuda de crianças e adolescentes em curto e longo prazos (Gentile et al., 2009).

Com relação aos efeitos das letras de músicas, Markert (2001) destacou que “o aspecto pró-social da música popular tem sido amplamente ignorado” (p. 194). No entanto, a ubiquidade da música em diversas situações do cotidiano sugere sua importância para se entender processos de relacionamento interpessoal e formação de conteúdos mentais (Rentfrow & Gosling, 2003). Esta onipresença pode ser contemplada em ambientes de trabalho e lazer, cerimônias religiosas, casamentos, comícios, festas de jovens, recepção a estudantes, reuniões para puro divertimento, jogos eletrônicos, programas esportivos, comerciais de TV, desenhos animados, mini-séries, telenovelas e filmes dos mais variados gêneros. Os poucos estudos realizados sobre efeitos de letras de músicas

pró-sociais sugerem aumento de comportamentos pró-sociais e redução de comportamentos agressivos (Greitemeyer, 2009a,b, 2011a).

Em suma, mesmo considerando a mídia de entretenimento como de importância capital para as pessoas, estando a música em uma posição de destaque, deve-se acentuar que ainda são necessárias pesquisas nos âmbitos da psicologia social e da personalidade sobre esta temática. Recentemente, realizou-se um levantamento de aproximadamente 15 mil artigos publicados entre 1932 e 2008 em revistas nestas áreas, incluindo, especificamente, os seguintes periódicos: *Journal of Personality and Social Psychology*, *Journal of Personality* e *Personality and Social Psychology Bulletin*, usando-se como termos-chave *television*, *movie*, *film*, *music*, *book*, *magazine* ou *media*. Na ocasião foram identificados tão somente 90 artigos que, de algum modo, abordavam a temática de interesse. Portanto, isso representa menos de 1% de todas as publicações veiculadas nestas revistas (Rentfrow, Goldberg & Zilca, 2011).

Esta escassez e necessidade de estudos foram destacadas recentemente quando se recomendou que pesquisas sobre o efeito de letras de músicas deveriam ser realizadas, considerando seu impacto em crianças e adolescentes (American Academy of Pediatrics, 2009). Deste modo, a presente tese foca nesta variável (efeito de letras de músicas), procurando, principalmente, conhecer os efeitos daquelas de natureza pró e antissociais em comportamentos pró-sociais. Antes de se tratar do tópico de efeitos de letras de músicas, procura-se a seguir expor pesquisas empíricas sobre a influência da mídia no comportamento, a fundamentação teórica e o modelo que guiará os estudos empíricos.

Com o objetivo de detectar os principais modelos teóricos e métodos utilizados em estudos recentes no âmbito da psicologia acerca dos efeitos da mídia no comportamento, realizou-se a revisão a seguir. Esta considerou a influência de propagandas televisivas, vídeo-games e filmes, no comportamento, certamente por serem os estudos mais frequentes. No contexto internacional, é possível encontrar diversos estudos, sobretudo a partir dos anos 1990, mas focou-se nos artigos publicados nos últimos cinco anos com o fim de verificar a atualidade das pesquisas. Procura-se a seguir oferecer um panorama geral destes estudos.

Influência das Propagandas Televisivas no Comportamento

Pesquisadores fizeram uma revisão da literatura entre os anos de 1990 e 2008, acerca do impacto da publicidade de bebidas alcoólicas sobre o consumo de álcool na adolescência (Anderson, Avalon, Kathryn, Gordon & Hastings, 2009). Para tanto, foram selecionadas pesquisas de cunho longitudinal focando na influência de comunicações comerciais e mídia no comportamento de consumo de álcool. Tais autores observaram que a exposição à mídia e às comunicações comerciais sobre o consumo de álcool estão relacionadas com maior probabilidade de os adolescentes consumirem bebidas alcoólicas, e no caso daqueles que já consomem, observou-se maior probabilidade de aumento neste consumo. No entanto, é importante ressaltar que não foi a

preocupação dos autores fazer qualquer levantamento acerca dos modelos teóricos que embasaram ditas pesquisas.

Na mesma linha, outros pesquisadores realizaram um estudo experimental com crianças e adultos, objetivando compreender em que medida a exposição à publicidade de alimentos na televisão contribui para a obesidade (Harris, Bargh & Brownell, 2009). O estudo foi realizado como se resume: no experimento com crianças, foram apresentados desenhos animados com propagandas de alimentos e outros produtos, sendo também distribuídos lanches. Já os adultos, assistiram a um programa de televisão incluindo propagandas de lanches e diversos alimentos com apresentação de seus respectivos benefícios nutricionais. Os resultados indicaram que as crianças consumiram 45% a mais quando expostas à publicidade de alimentos, e que os adultos consumiram mais comidas saudáveis ou não saudáveis, de acordo com o tipo de exposição que sofreram. Deste modo, tais autores demonstraram o poder da publicidade de alimentos no comportamento de consumo. Ademais, em ambos os experimentos, apesar do aumento no consumo, este não foi acompanhado da fome relatada ou de outras influências conscientes. Os autores se basearam em teorias sócio-cognitivas e explicaram os efeitos de *priming*. Verifica-se, portanto, que a mídia pode influenciar o comportamento. Este é um princípio básico adotado nesta tese, mas que será testado.

Influência de Video-games no Comportamento

Realizou-se uma meta-análise dos estudos acerca dos efeitos de vídeo-games em comportamento agressivo, empatia e comportamento pró-social (Anderson et al., 2010). Utilizaram-se, então, modelos teóricos sócio-cognitivos sintetizados no *modelo geral da agressão (general aggression model, GAM)*, além de fazer comparações interculturais entre os países orientais e ocidentais; este último interesse se deveu ao fato de que alguns estudos mostram que países orientais são menos vulneráveis à influência midiática no comportamento agressivo do que aqueles ocidentais, visto o cultivo de valores coletivistas e o nível alto de comprometimento igualitário (Bergeron & Schneider, 2005). Como resultados principais, eles encontraram que a exposição a vídeo-games violentos age como um fator de risco para o aumento de comportamentos, pensamentos e afetos agressivos, bem como diminui a empatia e o comportamento pró-social. Finalmente, apesar da hipótese de que este efeito seria maior nas culturas ocidentais, apenas houve diferenças interculturais em estudos não-experimentais.

Nesta mesma direção, também foi estudado o efeito da violência do vídeo-game na dessensibilização fisiológica da violência na vida real, isto é, o estudo tinha como objetivo demonstrar jogadores de vídeo-games violentos mostrou menos excitação fisiológica à violência no mundo real, após a exposição a vídeo-game no mundo virtual (Carnagey, Anderson & Bushman, 2007). Estes autores, utilizando o *GAM*, observaram que os participantes que se detiveram em jogos violentos apresentaram menor frequência cardíaca e resposta galvânica da pele quando monitorados,

confirmando uma dessensibilização fisiológica à violência. Mesmo não mensurando diretamente a agressão, como no estudo anterior, sabe-se que esta dessensibilização à violência pode aumentar comportamentos e pensamentos agressivos, como se o efeito as tornassem entorpecidas fisiologicamente à violência, visto que as pessoas se habituem a ela. Portanto, há diminuição dos aspectos cognitivos e emocionais envolvidos na reação à violência, e um possível aumento de comportamentos em sua direção.

Ao passo que os jogos agressivos demonstraram influenciar negativamente as pessoas, os jogos cujo conteúdo é essencialmente pró-social também parecem produzir efeito congruente, ou seja, incentivar comportamentos desta natureza. Com base nesta hipótese, Gentile et al. (2009) realizaram quatro estudos, visando analisar a relação entre jogos de vídeo-game e comportamento pró-social. Três destes estudos foram eminentemente correlacionais, enquanto que o quarto foi de cunho experimental, empregando o *modelo geral da aprendizagem (general learning model, GLM)*. Os estudos correlacionais corroboraram a hipótese supracitada, indicando que os estudantes que interagiam com jogos cujo conteúdo era pró-social, tendiam a apresentar mais comportamentos desta natureza. Resultado semelhante foi observado no estudo experimental, o qual demonstrou que o grupo experimental (crianças que interagiam com jogos pró-sociais) se comportava mais pró-socialmente do que o controle (crianças que interagiam com jogos neutros). Estes achados dão suporte à utilização do *GLM*, tanto a curto quanto a longo prazos, demonstrando a importância de sua utilização em estudos que visem verificar processos de aprendizagem. Deste modo, como ficará claro mais adiante, este parece um modelo plausível a se ter em conta nos estudos sobre efeitos de mídia.

Influência de Filmes no Comportamento

Quanto às pesquisas avaliando a influência de filmes no comportamento das pessoas, Dal Cin et al. (2009) se detiveram ao estudo do consumo de álcool. Tal pesquisa, de cunho longitudinal, teve como intuito investigar a relação entre a exposição a filmes que retratam o uso do álcool por adolescentes, as cognições relacionadas com o álcool e o uso por parte destes indivíduos no contexto estadunidense. Os resultados demonstraram que a exposição a filmes que retratam o consumo de álcool influenciou as expectativas de uso de álcool, os protótipos de bebedores, a utilização por parte de amigos e a vontade de utilizar o álcool. Estas variáveis foram associadas com o consumo de álcool e a mudança no seu consumo ao longo do tempo. Por outro lado, não houve influência significativa na vontade de beber dos participantes. Com isso, baseados em preceitos teóricos da *teoria da aprendizagem social*, tais autores concluíram que os filmes agem como um fator de influência social, destacando a relevância de considerar a exposição a estes em pesquisas sobre comportamentos de risco em adolescentes.

Uma pesquisa recente focou na exposição a filmes de fumo e a mudança no comportamento de fumantes (Dal Cin, Stoolmiller & Sargent, 2012). Estes autores chamaram a atenção para a

importância de modelos na aquisição de comportamentos, o que representa a *teoria da aprendizagem social*. O objetivo deste estudo, de cunho correlacional, foi investigar a associação entre exposição ao fumo nos filmes e a iniciação e progressão do tabagismo na adolescência ao longo do tempo. Para tanto, tais autores contaram com uma amostra de 6.522 adolescentes estadunidenses. De acordo com as análises realizadas, observaram que a exposição a filmes com fumantes e as variáveis demográficas, de personalidade e fatores estruturais prevêm o início do tabagismo e a vontade de fumar. Deste modo, estes achados também corroboram o efeito da mídia sobre o comportamento, especificamente com a exposição a filmes estando relacionada com a vontade de consumir tabaco e com o comportamento em si de consumi-lo.

Por fim, foi realizado um estudo considerando a violência decorrente da exposição a diversos tipos de mídias, como videogames, televisão, cinema e internet (Funk, Baldacci, Pasold & Baumgardner, 2004). Este estudo foi de cunho correlacional, utilizando medidas para avaliar a exposição à violência, empatia e atitudes em relação à violência, apresentando uma abordagem guiada por dados empíricos ao invés de ter em conta uma teoria específica. Semelhante ao estudo realizado por Carnagey et al. (2007), o objetivo deste foi verificar a relação da exposição de violência, na vida real e na mídia, com a dessensibilização. Parte-se do pressuposto de que a exposição cotidiana à violência na vida real e por meio de atividades de entretenimento altera cognitivamente os processos afetivos e comportamentais, levando à dessensibilização. Os resultados demonstraram que apenas a exposição à violência em vídeo-games esteve associada negativamente com a empatia; os jogos de vídeo-game e a exposição a filmes violentos se correlacionaram positivamente com atitudes pró-violência. Mas, devido às limitações do estudo (por exemplo, dificuldade em mensurar a dessensibilização, amostra limitada, tempo de exposição), estes autores concluíram que as fontes de exposição à violência e os indicadores de dessensibilização não necessariamente se traduzem em causalidade, sendo necessário desenvolver outras pesquisas para examinar as relações entre os vários índices de dessensibilização e as fontes potenciais de exposição à violência na vida real e na mídia.

Parece ficar evidente que a mídia, em suas mais diversas formas (por exemplo, propagandas televisivas, vídeo-games, filmes), influencia nos comportamentos das pessoas de forma positiva ou negativa. Contudo, os estudos a respeito têm se dedicado mais a pesquisar suas influências negativas (Anderson et al., 2009; Carnagey et al., 2007; Dal Cin et al., 2009; Funk et al., 2004; Harris et al., 2009). Não obstante, Anderson et al. (2010) observaram que os estudos educativos envolvendo programas de intervenção, tanto para os pais como as crianças, conseguiram reduzir a exposição à mídia violenta e a frequência de comportamentos agressivos (Robinson, Wilde, Navracruz, Haydel & Varady, 2001). Neste sentido, é importante também estudar as estratégias de intervenção relacionadas com esta influência, visando educar e proteger as crianças da vulnerabilidade a tais fatores de risco.

Por fim, apesar da importância dos estudos previamente descritos, parece igualmente relevante considerar os efeitos positivos de conteúdos midiáticos, como podem ser as letras de

músicas. Este aspecto será mais detalhadamente considerado mais adiante. De momento, vale ressaltar que algumas pesquisas nesta área não têm considerado um modelo teórico específico de referência; os que o têm feito, geralmente estudam a influência da mídia no comportamento levando em conta dois modelos principais: o *GAM* (Anderson & Bushman, 2002) e o *GLM* (Buckley & Anderson, 2006), mas também a *teoria da aprendizagem social*, que, inclusive, antecede e dá suporte a esses dois modelos.

Apesar da relevância teórica e metodológica de pesquisas relacionadas à temática, no Brasil, não foram encontradas pesquisas empíricas que relacionassem letras de músicas a comportamentos pró-sociais, principal foco da presente tese. A única existente a que se teve acesso tratou sobre percepção de comportamentos e letras de músicas antissociais e pró-sociais (Pimentel & Gunther, 2009). Na continuação se desenvolve o tópico sobre letras de músicas, considerando ainda seu impacto em comportamento pró-social e antissocial.

1.1. Letras de Músicas

A propósito da música, quem não gosta de escutar? Comumente, as pessoas gostam de música, embora difiram em relação às suas preferências. De fato, o gosto pela música é compartilhado pela maioria das pessoas, independente da cultura, idade, nível socioeconômico ou religião. A música está presente em diversas situações cotidianas, desempenhando papéis diferentes a partir de interesses variados (Pais, 1998; Rentfrow & Gosling, 2003) e mesmo sendo considerada uma estratégia de *coping*, de enfrentamento aos problemas (Miranda & Claes, 2009; Pimentel, Vargas, Almeida, Maynard & Figueiredo, no prelo). Pesquisas têm de fato verificado a importância dada à música, seja mensurando o tempo que as pessoas passam escutando-a (Brown, Campbell & Fischer, 1986) ou analisando a preferência por este tipo de mídia (Roberts & Henriksen, 1990). Fried e Berkowitz (1979) destacaram que “músicas harmônicas podem facilitar relações harmônicas” (p.200).

O interesse em compreender a influência da música é evidente já em pensadores da Antiguidade, que são unânimes em sugerir sua relação com a personalidade, os sentimentos e os processos de influência social. Platão (427-347 a.C.), por exemplo, indica que a música poderia servir como um instrumento capaz de influenciar sociedades inteiras (Platão, 1993). Nos dias de hoje, a música continua com o mesmo poder social e, quiçá, cada dia mais acentuado, em razão dos recursos recentes de mídia e informática. Disciplinas como a sociologia e a psicologia social – entendida como o estudo científico de como os pensamentos, sentimentos e comportamentos das pessoas são influenciados pela atual, imaginada ou antecipada presença de outrem (Allport, 1985), buscam analisar a relação entre música, sociedade, cultura e comportamento (Abdounur, 2002; Hobsbawm, 2004; Pimentel, Gouveia & Pessoa, 2007).

De acordo com Tekman e Hortaçsu (2002), os indivíduos utilizam a música para propósitos avaliativos e processos de identificação grupal, o que, conseqüentemente, atesta a importância desta

mídia nas diversas situações em que o indivíduo se encontra no dia a dia, podendo influenciar sua escolha do vestuário e atração ou rejeição por determinados grupos. A música, assim como a aparência ou a linguagem, são “elementos simbólicos” que dão coerência interna aos grupos, servindo para formar e consolidar sua identidade (Pais, 1998). Sua influência, portanto, ganha ênfase entre os jovens, uma vez que estes usam a música, entre outras coisas, para resistir à autoridade em todos os níveis, afirmar sua personalidade, desenvolver relações de pares e de compromisso romântico, além de aprender sobre assuntos que muitas vezes nem seus pais ou sua escola estão aptos a discutir e transmitir as ideias principais (Schwartz & Fouts, 2003).

Ao se falar sobre a importância da música na vida das pessoas, faz-se necessário destacar não só a função social que esta possui. A função afetiva, que comprova sua capacidade de intensificar e modificar o humor, além de criar uma atmosfera específica para cada situação, é outro aspecto importante a ser considerado nos estudos da área; destaca-se ainda a função que as letras das músicas possuem de passar mensagens de naturezas diferentes por meio de seus conteúdos (Roberts, Christenson & Gentile, 2003).

Uma das preocupações atuais dos estudos é analisar quais tipos de letras musicais são as preferidas entre as pessoas e qual a relação dessas letras com comportamentos em geral. Ainda que em um primeiro momento a pessoa seja atraída mais pelo ritmo do que pela letra da música, é a letra a possível fonte de informação moral e social mais facilmente processada, memorizada e acessada (Roberts et al., 2003). É provavelmente nela que vai ser encontrado o conteúdo que gera a identificação e motivação do indivíduo.

Algumas pesquisas têm mostrado os efeitos de letras de músicas em comportamentos antissociais (Anderson, Carnagey & Eubanks, 2003; Lennings & Warburton 2011) e, principalmente, considerando o comportamento sexual (American Academy of Pediatrics, 2009; Fisher & Greitemeyer, 2006; Martino et al., 2006; Guéguen, Jacob & Lamy, 2010; Primack, Douglas, Fine & Dalton, 2009). No entanto, poucos pesquisadores têm se interessado em estudar os efeitos de letras de músicas nos comportamentos pró-sociais (Greitemeyer, 2011a). Além disso, outras pesquisas não têm encontrado efeitos de letras de músicas pró-sociais em comportamentos pró-sociais (Damião, 2011), enquanto outras vêm mostrando resultados inconclusivos quando buscaram verificar os efeitos de letras de músicas sexualmente violentas em atitudes frente à mulher, aceitação da violência, agressão e *arousal* (Barongen & Hall, 1995; St. Lawrence & Joyner, 1991) como tem comentado Lennings e Warburton (2011). Neste sentido, parece evidente a necessidade de pesquisas novas, que possam contribuir para dirimir dúvidas neste âmbito.

De acordo com o modelo adotado na presente tese, as letras de músicas são variáveis situacionais que influenciam comportamentos, isto é, são variáveis independentes. No sentido de melhor entender o papel dessas variáveis no comportamento humano, faz-se necessário discuti-las a partir de dois tipos de conteúdos antagônicos, conhecidos como: (1) *conteúdos agressivos*, ou seja,

aqueles que caracterizam as letras como antissociais, e (2) *conteúdos altruístas*, que caracterizam as letras como pró-sociais. A partir do entendimento destes conteúdos será possível a formulação de hipóteses a serem testadas nesta tese, tomando como base o pressuposto do *GLM* segundo o qual o conteúdo é importante para o impacto da letra de música no comportamento.

1.1.1. Letras de Músicas e Comportamentos Antissociais: O diabo é o pai do rock?

As músicas podem ser classificadas em razão de atributos múltiplos, como ritmo, estilo e letra, por exemplo. Nesta tese o foco é na letra da música, mas, mais especificamente, procurando diferenciá-las em termos de conteúdos antissocial e pró-social. A propósito, tenha-se em conta a Figura 1 a seguir e a letra da música que se reproduz a continuação.



Figura 1. Capa de disco da banda Metallica

Seek and Destroy (Metallica, 1983)

We're scanning the scene in the city tonight	Estamos analisando o cenário na cidade esta
We're looking for you to start up a fight	noite
There's an evil feeling in our brains	Estamos procurando por você para iniciar uma
But it's nothing new you know it drives us	luta
insane	Há um sentimento maligno em nossos cérebros
	Mas não é nada de novo você sabe que isso nos
Running, on our way	deixa insanos
Hiding, you'll pay	
Dying, one thousand deaths	Correndo em nossa direção
(...)	Escondendo-se você vai pagar
Searching... seek & Destroy	Morrendo, mil mortes
Searching... seek & Destroy	(...)
Searching... seek & Destroy	

Searching...seek & Destroy

Buscando... Procurar e destruir

Buscando... Procurar e destruir

Buscando... Procurar e destruir

Buscando... Procurar e destruir

A música em destaque pode ser considerada como um dos maiores sucessos mundiais do gênero *thrash metal*. Desde a década de 1980 ela vem sendo um verdadeiro *hit* entre os simpatizantes deste estilo musical, capaz de levar multidões ao delírio. Foi justamente contra músicas com conteúdos como o de *Seek and Destroy* que na década referida teve formação o *Parents' Music Resource Center*, uma organização em Washington liderada pela esposa do então senador Al Gore. Uma das ações da *Parents' Music Resource Center* foi precisamente classificar letras de músicas como pornográficas, violentas, incentivadoras de uso de drogas e álcool (Silva, 2008). Foi então criada a etiqueta *Parental Advisory: Explicit Lyrics*, que se constituía de um aviso aos pais de que as letras de rock traziam conteúdos presumivelmente inadequados para a saúde e o bem-estar de seus filhos.

Desde seus primórdios estilos musicais como o *rock*, por exemplo, já traziam preocupações a religiosos, pais, educadores e representantes governamentais de diversos países (Friedlander, 2002). A propósito, “Os esforços para censurar a música *rock* começaram nos anos 60, quando as letras iniciavam as referências a Satanás, ao sexo, às drogas, à violência e ao protesto” (p. 231) (McNamara & Ballard, 1999). Recentemente, foi realizado um levantamento de 260 letras de músicas de *rock* e *rap music* populares dos anos de 1993 a 2003 (Knobloch-Westerwick, Musto & Shaw, 2008). Na ocasião, estes autores verificaram que 80% das letras destas músicas traziam alguma mensagem de rebeldia, definida como a tendência de envolvimento em comportamentos de risco ou comportamento hostil. Eles ainda verificaram que as letras de *rap* continham mais mensagens rebeldes do que aquelas de *rock*, mas não encontraram que esta diferença fosse estatisticamente significativa.

No início da década de 1990, dois estudos indicaram que fãs de músicas como o *rap* e o *heavy metal* são muito mais atentos às letras das músicas do que aqueles que são fãs de outros estilos musicais (Roberts et al. 2003). Isso possibilita supor que quanto mais desafiantes e polêmicas são as letras das músicas, mais atentos às mensagens contidas nestas letras estarão seus ouvintes.

A influência de letras de músicas com teor pró e antissocial foi verificada experimentalmente na percepção de comportamentos pró e antissociais (Ballard, Dodson & Bazzini, 1999). No caso, os participantes perceberam as letras de músicas de estilos anticonvencionais (*rap* e *heavy metal*) como menos prováveis de inspirar comportamentos pró-sociais nos seus ouvintes. Porém, estes participantes não perceberam que estas poderiam inspirar mais comportamentos antissociais do que outros tipos de músicas. Com o fim de verificar os efeitos de letras de músicas com teor violento, Anderson et al. (2003) realizaram experimentos nos quais verificaram que a exposição a estas letras aumentava a acessibilidade a pensamentos agressivos, assim como despertava sentimentos agressivos. Os dados foram interpretados com base no *GAM*, que prediz que estas variáveis são antecedentes do comportamento agressivo.

Recentemente, no contexto em que esta pesquisa se desenvolve, foi verificada também a percepção de letras de músicas como influenciadoras de comportamentos antissociais (Pimentel & Günther, 2009). Nesta pesquisa, estudantes universitários avaliaram que as letras de músicas de *rap* e *heavy metal* com conteúdo antissocial seriam prováveis de influenciar comportamentos antissociais nos ouvintes (veja revisões de American Academy of Pediatrics, 1996, 2009; Villani, 2001). Mais recentemente, Lennings e Warburton (2011) verificaram que letras de músicas violentas produziram mais comportamentos agressivos do que letras de músicas não violentas, controlando-se o tom musical, a presença de vídeo e variáveis de personalidade.

A partir destes estudos é possível conjecturar a existência de um padrão consistente entre o tipo de música e a letra de música com problemas relacionados a atitudes e comportamentos. Concretamente, estima-se que pessoas que escutam músicas com mensagens hostis e negativas apresentam atitudes nestes mesmos termos frente a diferentes objetos e grupos sociais. Além dos estudos interessados em analisar a relação entre músicas com letras violentas e atitudes e comportamentos antissociais, a literatura na área também tem o interesse em apresentar estudos que destacam a influência das letras de música com conteúdos positivos ou pró-sociais no comportamento humano (Greitemeyer, 2009a,b). Precisamente, procura-se a seguir compreender os achados dos estudos sobre as letras de tais músicas.

1.1.2. Letras de Músicas e Comportamentos Pró-sociais: All you need is love!

As letras de músicas têm potencial de agitar, fazer pensar, explodir, instigar, confrontar e rebelar-se contra padrões convencionais e autoritários. Entretanto, também existem as que têm outro papel, sendo apaziguadoras, alimentando sonhos, inspirando amores, fomentando o cumprimento do dever e o convívio harmonioso. Quiçá estas letras possam ser reunidas sob a categoria de *pró-sociais* (também é possível falar em *altruístas*, embora este seja um termo mais restritivo). Na Figura 2 a

seguir é apresentada a capa de um álbum que reflete o sentido *pró-social* inerente às músicas desta categoria, e logo a seguir se reproduz uma letra de música que compõe dito álbum.

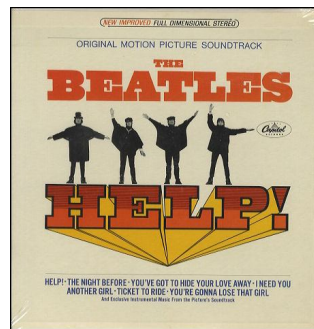


Figura 2. Capa de disco da banda The Beatles

Help! (The Beatles, 1965)

Help, I need somebody

Help, not just anybody

Help, you know I need someone, help!

Em um experimento de campo realizado em uma academia de ginástica de universidade, verificou-se que o comportamento de ajuda pode ser influenciado pela música (variável situacional), por meio da mediação do humor (North, Tarrant & Hargreaves, 2004). Em um estudo no final da década de 1970, Fried e Berkowitz (1979) verificaram no seu experimento que música tida como calma levou a mais comportamento pró-social entre estudantes universitários do que as condições de música aversiva, música estimulante ou sem música. Os autores também verificaram o efeito da música no humor, constatando que o se sentir bem conduz a comportamentos pró-sociais. Contudo, é importante que a letra de música seja também pesquisada, não limitando os estudos ao seu ritmo. A propósito, apesar da ubiquidade da música na vida das pessoas, nas atividades do dia a dia, no cotidiano delas, esta variável foi pouco estudada na psicologia social e da personalidade (Rentfrow & Gosling, 2003).

Em pesquisa realizada no contexto brasileiro (Pimentel & Günther, 2009), observou-se que letras com conteúdos pró-sociais dos mesmos estilos musicais avaliados, i.e., *rap* e *heavy metal*, foram consideradas como prováveis de influenciar comportamentos pró-sociais nos seus ouvintes. Neste âmbito, existem evidências que têm mostrado efeitos da exposição a músicas no

comportamento antissocial (Timmerman et al., 2008), mas os efeitos positivos da exposição às músicas têm sido negligenciados (Greitemeyer, 2009b).

Recentemente, relatou-se uma pesquisa sobre o efeito de letras de músicas pró-sociais em pensamentos, sentimentos e comportamentos pró-sociais entre estudantes de uma universidade de Munique, na Alemanha, tendo sido realizados três experimentos (Greitemeyer, 2009a). No *Experimento 1*, como esperado, os participantes que ouviram músicas pró-sociais apresentaram mais acessibilidade a palavras pró-sociais. De acordo com seu autor, estas foram as primeiras evidências acerca de ouvir música pró-social afeta o estado interno das pessoas, especificamente, a acessibilidade de pensamentos pró-sociais, o que pode levar a comportamentos de acordo com o *GLM*. No *Experimento 2* foram verificados os efeitos de músicas pró-sociais na empatia. Estes dois primeiros experimentos, portanto, comprovaram o efeito de letras de músicas em pensamentos (acessibilidade) e sentimentos (empatia) pró-sociais, dando apoio empírico às rotas cognitivas e afetivas do *GLM* para a explicação de comportamentos afetados pela mídia. Finalmente, no *Experimento 3* foi testado o efeito destas músicas no comportamento. Comprovou-se que os participantes da condição música pró-social fizeram mais doação em dinheiro do que aqueles do grupo controle.

Os experimentos deram apoio empírico ao *GLM* como um modelo plausível para se entender os efeitos de mídias com conteúdos pró-sociais. Verificou-se que a exposição à mídia afeta estados internos cognitivos e afetivos, assim como foi constatado o impacto positivo deste tipo de mídia no comportamento. Além deste estudo, o autor previamente citado buscou observar mecanismos de mediação da exposição a letras de músicas pró-sociais no comportamento pró-social (Greitemeyer, 2009b). Neste artigo, ele apresentou quatro estudos sobre o efeito de letras de músicas pró-sociais no comportamento pró-social, mas também na empatia, controlando-se os afetos positivos e negativos, *arousal* e preferência musical. Coerentemente, comprovou-se a hipótese de que a exposição a letras de músicas pró-sociais levaria a mais comportamentos pró-sociais.

Após ouvirem as músicas com letras pró-sociais os participantes realizaram a tarefa para completar palavras (Anderson et al. 2003), adaptada para pensamentos pró-sociais (Greitemeyer, 2009a) e uma assistente solicitava ao indivíduo sua participação em uma pesquisa e perguntava quanto tempo poderiam disponibilizar para isso (assim foi medido o comportamento pró-social). Os resultados principais deste estudo (Greitemeyer, 2009b) mostraram que houve efeito da música pró-social na acessibilidade de pensamentos e comportamentos pró-sociais. O pesquisador verificou que de um total de 25 participantes, 17 deles se prontificaram a ajudar e disponibilizaram mais tempo para isso na condição letra de música pró-social contra apenas sete na condição neutro. Greitemeyer buscou verificar ainda se a empatia mediaria a relação antes verificada. Os resultados mostraram que os participantes da condição letra de música pró-social apresentaram maior empatia e também mais prontidão para ajudar do que na condição neutra. Este estudo ainda verificou que a empatia mediou a relação entre letra de música pró-social e o comportamento de ajuda. Corroborou-se, ainda, que a

exposição a letras de músicas pró-sociais aumentaria a acessibilidade de pensamentos pró-sociais, além de aumentar a empatia.

Posteriormente, comprovaram-se os efeitos de letras de músicas pró-sociais no comportamento de dar gorjeta em restaurantes no contexto francês (Jacob, Guéguen & Boulbry, 2010). Diferentemente do experimento antes descrito, este foi realizado em ambiente natural, i.e., em um restaurante. Os pesquisadores analisaram as gorjetas recebidas pelos garçons (medida de ajuda) de acordo com a música que tocava no restaurante. O experimento foi realizado duas vezes ao dia durante seis semanas, manipulando-se as músicas com letras pró-sociais e neutras. Os pesquisadores verificaram que ouvir letras de músicas pró-sociais levou a mais comportamentos de ajuda por meio da doação de gorjetas (condição música pró-social). A ajuda foi maior nesta condição comparando-se tanto com a condição neutra como a linha de base. Os autores destacaram que os resultados da pesquisa podem ser importantes para administradores preocupados em aumentar a renda dos trabalhadores em restaurantes que recebem este tipo de auxílio econômico.

Mais recentemente, foi verificado por Greitemeyer (2011a), por meio de cinco estudos experimentais, que letras de músicas pró-sociais diminuíram a probabilidade de ocorrência de comportamentos, afetos e cognições agressivas. No *Estudo 1* ele selecionou randomicamente participantes para as condições letras de música pró-social e neutra, testados em pequenos grupos. Os participantes que ouviram a letra de música pró-social completaram menos palavras agressivas do que o fizeram aqueles do grupo controle. No *Estudo 2* os participantes da condição música pró-social apresentaram mais atitudes negativas frente à guerra e menor aceitação da violência do que os do grupo controle. No *Estudo 3* os participantes da condição música pró-social apresentaram menores níveis de hostilidade do que aqueles da condição música neutra. No *Estudo 4* os expostos à letra de música pró-social julgaram mais favoravelmente um estudante de doutorado do que os expostos à letra de música neutra. Por fim, no *Estudo 5* os participantes na condição pró-social mostraram menos afetos, cognições e comportamentos agressivos do que na condição neutra. Além do mais, ele verificou que os efeitos da exposição a letras de músicas pró-sociais no comportamento agressivo foi mediado pelo afeto agressivo. O conjunto destes estudos deu apoio empírico ao *GLM*, mostrando como adequado seu pressuposto de que o conteúdo da mídia é fundamental para as consequências da exposição à mídia.

Em resumo, nota-se que existem evidências que indicam que letras de músicas pró-sociais podem ter impactos importantes na redução da agressão e variáveis relacionadas, assim como na instigação de comportamentos pró-sociais. Verifica-se que o impacto das letras de músicas tem sido testado sobretudo tendo-se em conta o *GLM*. Este modelo reuniu contribuição dos modelos mais importantes para se entender os efeitos da mídia no comportamento. Na continuação estes modelos são resenhados para se chegar ao modelo que embasa esta tese.

2. Fundamentação Teórica

Nesta seção se descreve brevemente a teoria da modelagem, parte da teoria da aprendizagem social de Bandura (Bandura, 1965; Bandura, Ross & Ross, 1961, 1963, Bandura, 1994), pois foi esta a mais utilizada na psicologia para explicar os efeitos da mídia em comportamentos pró e antissociais, sobretudo usando-se o conceito de imitação. Destacou-se ainda o modelo neo-associativo cognitivo de Berkowitz (1984, 1989, 1990). Os nomes de Albert Bandura e Leonard Berkowitz se ligam às duas mais influentes teorias de mídia relacionadas com a agressão, a teoria da aprendizagem social e o modelo neo-associativo cognitivo (Bushman, 1998, p. 537).

Após, discorre-se sobre a teoria do *script* de Huesmann (1986), a teoria da transferência da excitação de Zillmann (1988, 1971) e a teoria da interação social de Tedeschi e Felson (1994) que são teorias importantes para se entender o *GAM* que por sua vez é importante para se entender o *GLM*. De acordo com os comentários de Anderson e Bushman (2002) estas são as principais teorias que tem guiado a pesquisa na área. Por outro lado, destacou-se em Barlett e Anderson (no prelo) ainda a teoria do processamento social da informação de Crick e Dodge (1994). Sequencialmente focam-se nos modelos geral da agressão e da aprendizagem, pois este último será tido em conta nesta tese para entender os efeitos de letras de músicas no comportamento pró-social.

2.1. Teoria da Modelação

A *teoria da aprendizagem social* de Albert Bandura (Bandura, 1994), provavelmente foi a que mais gerou estudos e interpretações de resultados de pesquisas sobre efeitos dos meios de comunicação de massas (*mass media*) na psicologia, incluindo-se os efeitos de letras de músicas (Pimentel & Günther, 2009). Berkowitz (1984) destacou que “a grande parte da análise dos efeitos dos meios de comunicação de massas, especialmente nos comportamentos antissociais, enfatizou o papel da aprendizagem observacional” (p. 410). A maioria dos estudos sobre os efeitos da televisão, ao considerar a influência da violência filmada na agressão infantil e adolescente, usou a teoria da aprendizagem social (Bandura, 1965; Bandura et al., 1961, 1963; Bandura, 2001a; Camino, Luna & Cavalcanti, 1990; Giles, 2003; Gunter & Harrison, 1998; Huesmann, Eron, Klein, Brice & Fischer, 1983; Leyens et al., 1975).

A *teoria da modelação* foi desenvolvida por Bandura na década de 1960, como parte de sua *teoria da aprendizagem social*, tratando-se de contributo para se entender os efeitos dos meios de comunicação de massa (Bandura, 1965; Bandura et al., 1961, 1963). Conforme DeFleur e Ball-Rokeach (1993), inicialmente a *teoria da aprendizagem social* ou *observacional* sugeria que “os atores que retratam pessoas reais em mídia visual ou auditiva, ou cujas ações são descritas em letra de fôrma, podem servir de modelos para outros imitarem” (p. 230). O comportamento agressivo seria aprendido de igual modo que se aprenderia comportamentos complexos, com base na experiência direta e na observação (Anderson & Bushman, 2002). DeFleur e Ball-Rokeach atribuíram importância

central à teoria da modelação para explicar comportamentos que foram adquiridos a partir da exposição à mídia e indicaram que diversos modelos nestas mídias estão disponíveis. Neste sentido, descreveram as etapas pelas quais a aprendizagem ocorre como base no processo de modelação, como se indicam a seguir:

1. Inicialmente alguém (audiência) observa ou lê algo sobre alguém (modelo) se comportando de alguma forma;
2. Surge então o processo de identificação com este modelo;
3. Aquele que observa acredita na utilidade de imitar o comportamento-alvo;
4. Quando surge a oportunidade para isso, aquele que observou e se identificou com o modelo recorda e reproduz seu comportamento;
5. Quando ocorre aquilo descrito acima, o indivíduo sente satisfação, o que reforça a relação entre a resposta e o estímulo; e, finalmente,
6. Quando este comportamento reproduzido é recompensado se comprova um aumento da probabilidade de que este faça parte do repertório comportamental do indivíduo.

A influência da mídia é central no modelo de Bandura. Este autor pressupunha em três fontes importantes de influência no comportamento agressivo. Especificamente, destacou a influência da família, das subculturas e dos meios de comunicação de massa (Chandler, 2010). A *teoria da aprendizagem social* evoluiu para a *teoria sócio-cognitiva*, a qual segue um modelo de causação triádica, tendo em vista determinantes pessoais, ambientais e comportamentais (Bandura, 1994). Os *determinantes pessoais* seriam variáveis afetivas, cognitivas e biológicas. Com relação aos *determinantes ambientais*, Bandura (1989) considerou tanto o ambiente físico como o social que influencia o *comportamento*, tratado como produto e produtor do ambiente. Para a presente tese, no entanto, o mais importante é entender como os comportamentos são aprendidos a partir das mídias, por meio da modelação.

2.2. Modelo Neo-Associacionista Cognitivo

Berkowitz (1989) propôs uma explicação alternativa à hipótese da frustração agressão. O autor se baseou no seu modelo neo-associacionista cognitivo de acordo com o qual sentimentos, pensamentos e memórias estão armazenados conjuntamente numa rede na memória. De acordo com Berkowitz a ativação de um desses componentes da rede levaria a ativação de outros componentes que estariam associados. Aqueles conceitos ou idéias que tem significados semelhantes e que são ativados frequentemente desenvolvem as associações mais fortes (Anderson & Bushman, 2002).

Neste sentido, pensamentos depressivos podem deflagrar sentimentos e memórias negativas que por sua vez ativariam raiva e tendências agressivas. O autor destacou que a frustração levaria a

respostas agressivas na medida em que despertaria afetos negativos. Para o autor, a frustração é um evento aversivo que evocaria afetos negativos que por sua vez produziria tendências agressivas. De acordo com esta teoria, estados emocionais e memórias são representados como nós numa rede na memória semântica (Barlett & Anderson, no prelo).

Berkowitz (1990) verificou a relação entre sentimentos desprazerosos e a raiva e a agressão. Portanto, para explicar como tal pode ser explicada por sentimentos de depressão e tristeza, Berkowitz aplicou o modelo neo-assocacionista cognitivo. Acentuou o autor que afetos negativos ativam memórias, reações motoras e pensamentos associados ao comportamento agressivo assim como a sentimentos de raiva. O autor chamou essa ativação seqüencial de sentimentos como uma rede de emoções, a qual pode ser intensificada por atribuições e concepções, despertando reações corporais correspondentes.

Em suma, Berkowitz (1990) destacou que as cognições podem influenciar na gestação de sentimentos de raiva. Além disso, o autor reconheceu a influência de fatores genéticos, relativos à aprendizagem prévia e situacionais na deflagração deste processo. Por fim, Berkowitz apresentou evidências de pesquisas empíricas favoráveis ao seu modelo.

De acordo com Berkowitz (1984): “idéias agressivas sugeridas por um filme violento podem suscitar pensamentos semanticamente relacionados, aumentando as chances que os telespectadores tenham outras idéias agressivas neste período” (p. 411). Esta é chamada a *priming hypothesis* de Berkowitz (Bushman, 1998).

2.3. Teoria do Script

A teoria do *script* é importante para se entender o aumento da exposição à mídia e o concomitante aumento da agressão, conforme postulado por Huesmann (1986). O autor destacou que o comportamento de crianças e adultos após assistir uma cena violenta na TV se torna mais provável de se desenvolver agressivamente.

Huesmann (1986) apresentou um modelo para explicar a relação desses comportamentos, isto é, aumento da exposição à mídia e conseqüente aumento do comportamento agressivo tanto em crianças como em adultos. De acordo com o autor seu modelo enfatizou o papel das cognições do indivíduo para explicar tais associações entre mídia e comportamento. O modelo de Huesmann é calcado na psicologia social cognitiva e oferece uma explicação consonante com dados empíricos.

O autor destacou que o comportamento agressivo é aprendido desde a infância, e esse aprendizado se dá através da observação de comportamentos agressivos que são reforçados. Da observação desses comportamentos se aprendem programas de como reagir, de como se comportar socialmente. Tais programas de acordo com Huesmann (1986) são *scripts*, que é o conceito chave de sua teoria. Os *scripts* são armazenados na memória e são usados para a resolução de problemas no dia-a-dia. Os *scriptst* “são representações mentais de como o fluxo de eventos deve ocorrer numa dada

situação” (Barlett & Anderson, no prelo, p. 9), são conceitos associados na memória que envolvem planos de ação (Anderson & Bushman, 2002).

Conforme explicou Huesmann (1986) os *scripts* podem estar intimamente associados com sinais específicos na codificação do contexto ou podem ser abstrações alheias a estímulos específicos, sendo aqueles mais salientes mais prováveis de serem codificados. Ademais, o manutenção do *script* na memória requer que a criança o ensaie de vez em quando. Tais *scripts* são representações mentais que vão guiar o comportamento na medida em que são utilizados em situações para resolução de problemas. Nesses termos a exposição repetida à mídia violenta pode levar a que a criança aprenda por observação *scripts* de como reagir se comportando agressivamente, sobretudo se este comportamento foi reforçado. Portanto, *scripts* são aprendidos por meio de padrões comportamentais observados em outrem, isto está em conformidade com a evidência de laboratório.

Este modelo destacou que as crianças são observadores perspicazes das ações dos outros e que codificam na memória o que foi mais saliente, desenvolvendo-se assim um conjunto de *scripts* para o comportamento. Tais *scripts* podem se tornam mais acessíveis em situações semelhantes as quais foram usados previamente.

2.4. Teoria da Transferência da Excitação

A teoria da transferência da excitação de Zillmann (1988, 1971) explicou a interdependência entre cognição e excitação (*arousal*). De acordo com esta teoria o *arousal*, a excitação decorrente da exposição à mídia pode perdurar um longo tempo e esta excitação pode levar a comportamento agressivo. Tal relação, entre *arousal* e agressão, tem sido verificada em estudos empíricos (Anderson & Bushman, 2002). A teoria da transferência da excitação refere-se à excitação do sistema nervoso simpático e tal excitação pode vir de fatores ambientais, como o calor, barulho ou a mídia (Barlett & Anderson, no prelo; Zillmann, 1971). A excitação e a cognição interagem para forjar a experiência emocional e o comportamento emotivo, o que inclui a raiva e a agressão estimulada pela raiva (Zillmann, 1988).

Segundo o autor, tem-se proposto que a cognição guia o comportamento, mas que este é intensificado pelo *arousal*. A agressão é influenciada pelo *arousal* pelo menos em três sentidos (Anderson & Bushman, 2002). Primeiro, o *arousal* de uma fonte não relevante pode intensificar tendências dominantes como as tendências agressivas. Ou seja, a excitação de uma situação pode ser transferida para outra situação na qual o indivíduo seja provocado e reaja agressivamente por conta da influência dessa excitação inicial. O *arousal* despertado por fontes irrelevantes, como o exercício, pode ser confundido com a raiva em situações que envolvem provocação e produzem a raiva que influencia a agressão. Este *arousal* mesmo ao ser dissipado pode predispor ao comportamento agressivo. Por fim, níveis altos ou baixos de *arousal* podem ser aversivos e como outra estimulação aversiva pode desencadear atos agressivos. Tem sido destacado ainda por Anderson e Bushman que

diversos fatores ambientais podem despertar a excitação psicológica ou fisiológica, que podem incluir o calor o uso de álcool. Portanto, o calor mostraria seus efeitos na agressão por meio da rota excitatória (*arousal*, Anderson & Bushman, 2002).

O autor apresentou pesquisas realizadas por ele e colegas na área dos efeitos da mídia para comprovar suas predições (Zillmann, 1988). Evidência empírica demonstrou que a exposição à mídia violenta está relacionado à excitação fisiológica (Bushman & Huesmann, 2006). De acordo com a teoria de Zillmann (1988), esta excitação produzida pela mídia aumenta as chances de comportamento agressivo, principalmente se existe provocação.

2.5. Teoria da Interação Social

A teoria da interação social de Tedeschi e Felson (1994), também chamada de interacionismo social (Kristensen, Lima, Ferlin, Flores & Hackmann, 2003), interpretou a agressão como uma influência social (Anderson & Bushman, 2002). Busca-se através do comportamento agressivo: "a) controlar comportamento de outros, b) restaurar justiça e c) assegurar e proteger identidades" (Kristensen et al., 2003, p. 180). Ou seja, alguém que se comporta agressivamente o faz com o objetivo de mudar o comportamento de outrem, por meio da ação coercitiva. Aquele que age de tal forma faz suas escolhas baseado na probabilidade de obter recompensas, mas também pondera os custos envolvidos na ação, o que leva a diferentes chances de se obter resultados significativos.

Para a teoria da interação social (Tedeschi & Felson, 1994), portanto, toda a agressão é instrumental. Ou seja, toda a agressão é direcionada para se conseguir algo por meio dela, é um comportamento orientado para uma meta. Portanto, para esta teoria a agressão seria mais racional do que emocionalmente motivada, já que o ator que a realiza busca obter lucros.

2.6. Teoria do Processamento Social da Informação

A teoria do processamento social da informação de Crick e Dodge (1994) postula que os indivíduos entram na cena social com um conjunto de informações, esquemas, memórias, conhecimentos e normas relativas ao comportamento adequado (Barlett & Anderson, no prelo).

Os autores se preocuparam em revisar a evidência empírica sobre o processamento social de informação com foco na cognição social da criança e no seu ajustamento social (Crick & Dodge, 1994). Os autores destacaram quatro passos no processamento da informação realizada pela criança quando numa situação social:” a) codificação de pistas da situação; b) representação e interpretação dessas pistas; c) busca mental por possíveis respostas para a situação e d) seleção de uma resposta” (p. 74).

Os autores reformularam este modelo, reassumindo que a criança chega na situação com um conjunto de capacidades determinadas biologicamente e uma gama de memórias e experiências passadas. Destacaram, por outro lado, os passos do modelo reformulado: “(1) codificação de

estímulos externos e internos, (2) interpretação e representação mental dessas pistas, (3) clarificação ou seleção de um objetivo (4), acesso da resposta ou construção, (5) decisão e (6) promulgação comportamental (entrada em vigor do comportamento)” (Crick & Dodge, 1994, p. 76).

Outros autores ofereceram um quadro resumido desta teoria de processamento social da informação (Barlett & Anderson, no prelo). Para estes autores a teoria postula que os indivíduos codificam e interpretam a situação social, interpretam pistas situacionais, definem metas em relação ao comportamento possível e o comportamento adequado é então acessado da memória com base em scripts comportamentais. Uma vez que o comportamento é tido como apropriado, este é realizado. Se tal comportamento não é reputado como adequado, outra resposta vem à mente e é avaliada.

De acordo com o que afirmou Crick e Dodge (1994), diferentemente do modelo inicial, este modelo reformulado não se baseia num processamento linear. Isto é, este não é um modelo cujo processamento descrito se dá de forma linear ou seqüencial, mas que assume não-linearidade e processamentos paralelos.

2.7. Modelo Geral da Agressão (GAM)

O GAM (Anderson & Bushman, 2002) compreende uma proposta integradora que considerou as principais teorias para explicar a agressão. Neste sentido, seus autores explicam que a agressão é um ato com intuito de ferir outrem, sendo a violência sua forma mais extrema (como o homicídio).

Com o fim de construir o GAM, Anderson e Bushman (2002) partiram do *modelo neo-associativo cognitivo*, de Berkowitz (1989, 1990), *teoria da aprendizagem social*, de Bandura (2001b), *teoria do script*, de Huesmann (1986), *teoria da transferência da excitação*, de Zillmann (1988), *teoria da interação social*, de Tedeschi e Felson (1994) e *teoria do processamento social da informação* de Crick e Dodge (1994, esta teoria é identificada em Barlett & Anderson, no prelo).

Os proponentes do GAM explicaram que seu modelo focou na pessoa inserida na situação. Especificamente, argumentaram que certos traços, atitudes, crenças, *scripts* e fatores genéticos predis põem a agressão. No âmbito situacional, a presença de provocações foi considerada uma das variáveis mais instigantes da agressão. Mas, neste âmbito também estaria a mídia violenta, assim como temperaturas desconfortáveis (Anderson, 1989). Estas variáveis iniciais (pessoais e situacionais) influenciariam o comportamento agressivo por meio das rotas afetivas, cognitiva e *arousal*. A rota cognitiva inclui pensamentos hostis assim como *scripts* agressivos; a rota afetiva inclui sentimentos agressivos, como a raiva ou hostilidade; e a rota de *arousal* inclui tanto *arousal* (excitação) fisiológica como psicológica.

O final dessa sequência de eventos desemboca em dois tipos de resultados: avaliação imediata e re-avaliação. De acordo com Anderson e Bushman (2002), o primeiro resultado é mais automático, enquanto que o segundo é mais controlado. Portanto, estes podem resultar em uma agressão impulsiva ou mesmo em um ato mais pensado. Apesar do conjunto de teorias importantes para este modelo,

recentemente explicou-se que os efeitos da mídia violenta são baseados principalmente no *priming*, a curto prazo, e na aprendizagem, a longo prazo (Fischer, Greitemeyer, Kastenmüller, Vogrincic, & Sauer, 2011)

Mesmo que o *GAM* seja uma proposta integradora, destacou-se que este modelo é mais simplificado do que as teorias que o embasam (Anderson, Gentile & Dill, 2012). Por fim, não se deterá mais nesse modelo, uma vez que o foco desta tese recai no comportamento pró-social e não naqueles antissociais, como a agressão e a violência. Todavia, uma vez que este modelo serviu de ponto de partida para o modelo mais geral que se aplica a comportamentos pró-sociais e antissociais, decidiu-se expô-lo. Na continuação, portanto, apresenta-se este modelo mais geral que dá base para a presente tese.

2.8. Modelo Geral da Aprendizagem (*GLM*)

Destacou-se que se os postulados do *GAM* estão corretos então os efeitos da mídia podem ser explicados por uma mais geral teoria da aprendizagem a qual pode explicar os efeitos da mídia em comportamentos pró-sociais (Barlett & Anderson, no prelo). O *GLM* (Buckley & Anderson, 2006) tem se apresentado como um dos mais importantes atualmente para o entendimento dos efeitos de mídias no comportamento, sendo uma expansão do modelo anterior (*GAM*; Anderson & Bushman, 2002; Barlett & Anderson, no prelo). De acordo com seus autores, tal modelo reuniu contribuições de pesquisas empíricas na área da violência na mídia, teorias sobre agressão, abordagens desenvolvimentistas e modelos sócio-cognitivistas.

Embora tenha sido originalmente formulado para a explicação da influência dos vídeo-games no comportamento (Buckley & Anderson, 2006), tem sido usado em outras pesquisas além daquelas que explicaram os efeitos de vídeo-games pró-sociais (Gentile et al., 2009; Greitemeyer & Osswald, 2009; Greitemeyer, 2011b). Pesquisas recentes corroboraram este modelo para explicar os efeitos de letras de músicas pró-sociais em sentimentos, pensamentos e comportamentos pró-sociais (Greitemeyer, 2009a,b), os efeitos de letras de músicas pró-sociais na redução de pensamentos, sentimentos e comportamentos agressivos (Greitemeyer, 2011a) e o efeito de letras de músicas românticas no comportamento de aceitar um cortejo (Guéguen, Jacob & Lamy, 2010). Em razão de sua relevância para o presente estudo, procura-se detalhá-lo a seguir.

Na Figura 3 é possível verificar que o *GLM* assim como o *GAM*, leva em conta a interação de variáveis pessoais e situacionais, as quais provocam estados internos atuais que, por sua vez, levam a avaliações, decisões e manifestação de comportamentos, resultando na ocorrência da aprendizagem.

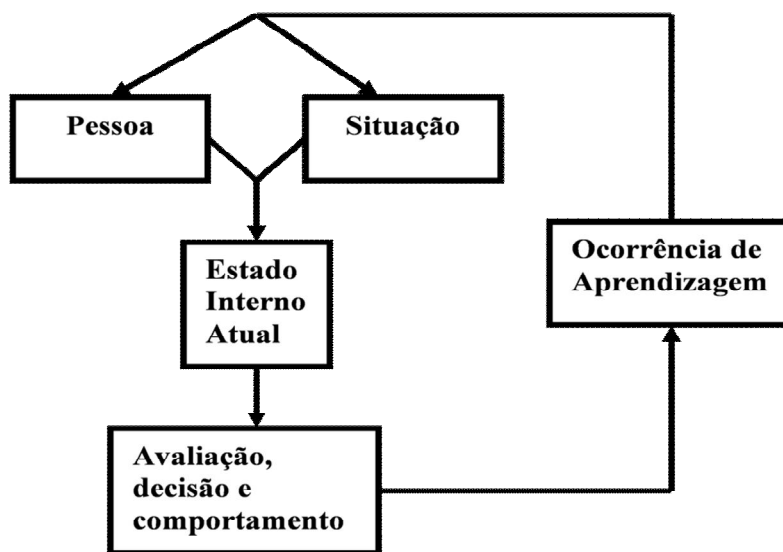


Figura 3. GLM (adaptado de Buckley & Anderson, 2006)

Os autores do *GLM* explicaram que as variáveis pessoais incluem atitudes, emoções, crenças ou experiências prévias; consistem no que a pessoa traz para uma situação específica. Já as variáveis situacionais ou ambientais incluem a mídia ou outras pessoas. Outras variáveis importantes para a ocorrência da aprendizagem são *autoestima*, idade, escolaridade e renda (variáveis pessoais). Estas são tratadas como *input variables*, as quais podem operar por três rotas: afetiva, cognitiva e *arousal*.

Com base neste modelo, entenda-se, portanto, que as variáveis pessoais e situacionais podem influenciar a emoção e o humor (afetos), tornar determinados pensamentos mais acessíveis (automática ou inconscientemente), assim como atitudes e *scripts* (cognição) e aumentar a excitação (*arousal*). Os resultados desta sequência de influências desembocam em avaliações da situação e os comportamentos consequentes. Os autores destacaram que a interação dessas variáveis pode aumentar ou inibir a probabilidade de aprendizagem de comportamento. Podem ainda ser verificados efeitos de curto prazo, como a simples ocorrência de comportamentos e longo prazos, os quais se dão no âmbito da aprendizagem de padrões comportamentais e mesmo mudanças na personalidade. Tais mudanças na personalidade podem ser influenciadas por fatores biológicos, mas principalmente por experiências de vida.

De acordo com os autores o tipo de estrutura de conhecimento que o indivíduo desenvolve depende do conteúdo da mídia a que ele está exposto (Buckley & Anderson, 2006; veja também Barlett & Anderson, no prelo). Destacaram neste sentido que variáveis situacionais não violentas podem aumentar a probabilidade de resultados não violentos, como jogar vídeo-games pró-sociais pode levar a acessibilidade de pensamentos pró-sociais. Por outro lado destacaram que jogar vídeo-

game violento pode diminuir a probabilidade de ocorrência de comportamentos pró-sociais. Ou seja, o *GLM* pode explicar tanto o efeito de mídia pró-social como antissocial (Barlett & Anderson, no prelo).

Em suma, este modelo é um modelo do comportamento social e pode ser usado para se entender quando e porque a exposição à mídia leva a uma certa classe de respostas (Greitemeyer, 2011b) e como o *GAM* (Anderson et al., 2012) é um modelo parcimonioso. Mesmo que o modelo postule três vias ou rotas pelas quais a exposição à mídia levaria a comportamentos, a saber a via afetiva, cognitiva e *arousal*, destacou-se que a rota de *arousal* é cientificamente menos interessante e que os estudos na área da mídia pró-social tem se concentrado nas rotas afetivas e cognitivas do *GLM*, e as condições experimentais tem sido pareadas quanto às propriedades de *arousal* (Greitemeyer, 2011b).

Recentemente, verificou-se que este modelo tem se demonstrado adequado para explicar diversos efeitos de mídia, mas sugeriu-se que seus efeitos são mais fortes para mídia ativa como vídeo-games do que para mídias passivas, como filmes e música (Fischer et al., 2011). Estes autores a propósito criticaram tanto o *GLM* como o *GAM* no sentido de que são modelos pouco específicos e difíceis de comprovarem como errados. Com base em uma meta-análise estes autores concluíram que o *GLM* é uma ferramenta poderosa para se entender os efeitos da mídia e que este modelo supõe que a exposição à mídia impacta em emoções, cognições e comportamentos por razões como o *priming* e processos de aprendizagem. No entanto, os autores destacaram que condições balizadoras devem ser estudadas para se obter um modelo mais específico, como a conclusão de que a mídia ativa tem efeitos maiores do que a mídia passiva.

Por fim, mesmo que alguns estudos já tenham mostrado a utilidade do *GLM* para se entender os efeitos da mídia em pensamentos, sentimentos e comportamentos, deve-se destacar que ainda muitas pesquisas são necessárias (Barlett & Anderson, no prelo), sobretudo tendo em conta a escassez daquelas que se voltam para entender os efeitos pró-sociais da mídia (Greitemeyer, 2011b).

3. O Modelo da Presente Tese

O presente trabalho tem como base o *GLM* para a compreensão dos efeitos de letras de músicas (variável situacional) no comportamento pró-social, uma vez que este modelo é uma proposta integradora que reuniu contribuições das principais teorias para se entender a mídia (Buckley & Anderson, 2006). Variáveis pessoais incluirão preferência musical convencional, autoestima e fator de personalidade (especificamente a agradabilidade), as quais podem ser entendidas como variáveis moderadoras, pois as variáveis situacionais e pessoais podem interagir ao inibir ou aumentar a ocorrência do comportamento (Buckley & Anderson, 2006). Portanto, as variáveis pessoais podem moderar os efeitos de letras de músicas pró-sociais no comportamento pró-social. O estado interno atual será medido pelos afetos positivos (rota afetiva) e pensamentos pró-sociais (rota cognitiva), que

se propõem como variáveis mediadoras da relação entre letras de músicas e comportamentos pró-sociais. Este modelo pode ser melhor visualizado na Figura 4. Mas adiante se tratará da mensuração destas variáveis.

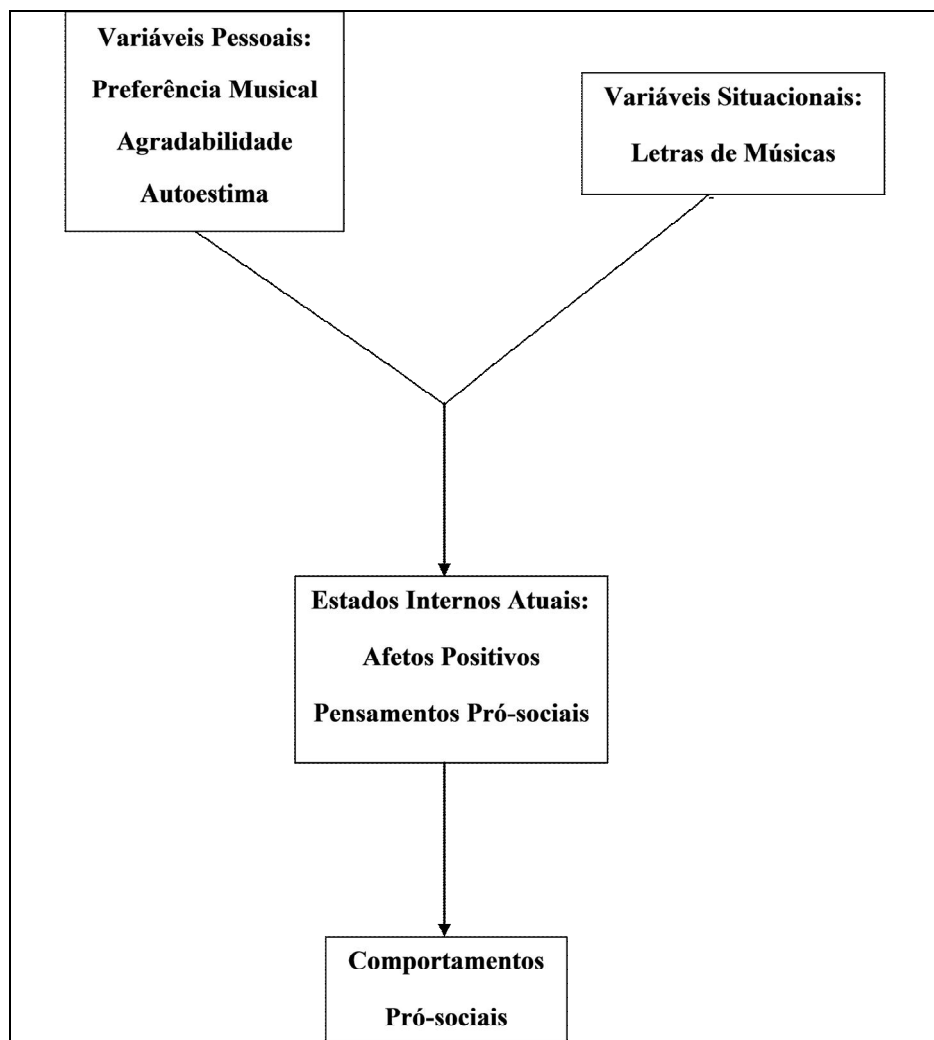


Figura 4. GLM para Efeitos de letras de músicas pró-sociais em comportamentos pró-sociais

3.1. Variáveis Situacionais

A variável situacional da presente pesquisa descrita anteriormente são as letras de músicas. Entretanto, existem variáveis que podem tornar tais efeitos de letras de músicas mais complexos, moderando-os, isto é, mudando a intensidade ou a direção da relação observada (Baron & Kenny, 1986). Algumas destas variáveis que podem exercer esta função são, por exemplo, as pessoais, tratadas a continuação. Uma vez que faltam evidências sobre o papel de moderadores nos efeitos de letras de músicas pró-sociais em comportamentos pró-sociais (Greitemeyer, 2009a,b) buscou-se

verificar aquelas variáveis que teoricamente agiriam como moderadores, com base em pesquisas prévias e análises correlacionais.

3.2. *Variáveis Pessoais*

Nesta parte se descrevem as variáveis pessoais usadas nesta tese. Especificamente, centra-se em três variáveis: preferência musical, agradabilidade e autoestima. A seguir se procura tratá-las separadamente, tentando defini-las e situá-las no escopo das pesquisas que se descreverão.

3.2.1. *Preferência Musical*

Nos últimos anos a preferência musical tem despertado a atenção de pesquisadores na psicologia. Mais especificamente, tem sido levada em conta em estudos sobre efeitos de letras de músicas em afetos, pensamentos e comportamentos pró-sociais, como é possível constatar nos estudos de Greitemeyer (2009a,b), por exemplo. Mesmo que este autor não tenha verificado que a preferência musical se relaciona com a empatia ou a percepção das letras de músicas como sendo pró-sociais, como bem salientou McFarland (1984), a pesquisa sobre os efeitos de letras devem controlar o tipo de música. Neste sentido, a preferência por um estilo específico e estilos correlacionados pode moderar a relação entre efeitos de letras de músicas e comportamentos, tendo como mediador os afetos positivos.

A preferência musical pode ser entendida como atitudes frente à música, compreendendo a avaliação em termos de favorabilidade e desfavorabilidade frente a estilos musicais (Boer, 2009). A preferência musical vem sendo considerada como um aspecto importante da personalidade humana (Cattel & Saunders, 1954; Pearson & Dollinger, 2004; Pimentel & Donnelly, 2008; Rawlings & Ciancarelli, 1997; Rentfrow, 2004; Rentfrow & Gosling, 2003; Schwartz & Fouts, 2003). Rentfrow e Gosling mostraram, no entanto, que a despeito da ubiquidade da música, esta variável foi raramente tratada na literatura da psicologia social e da personalidade.

Não obstante a lacuna acima reportada (Rentfrow & Gosling, 2003), quando se consideram estudos publicados em outras revistas de psicologia, como revistas específicas de adolescência e juventude, podem-se verificar diversas pesquisas sobre a preferência musical. Parece que a maioria delas buscou verificar as relações entre preferência musical, considerando principalmente *heavy metal* e *rap*, e comportamentos e traços antissociais, incluindo o uso de drogas (Arnett, 1991; Dent et al., 1992; McNamara & Ballard, 1999; Miranda & Claes, 2004; Mulder, Bogt, Raaijmakers & Volleberg, 2007; North, Desborough & Skarstein, 2005; Pimentel, 2004; Pimentel, Gouveia & Vasconcelos, 2005; Singer, Levine & Jou, 1993), mas existem também relações com o risco de suicídio (Lacourse, Claes & Villeneuve, 2001; Pimentel, Gouveia, Santana, Chaves & Rodrigues, 2009; Schell &

Westefeld, 1999), a busca de sensações (Little & Zuckerman, 1986; McNamara & Ballard, 1999) e a tolerância cultural (Dekaney & Macedo, 2005).

Mesmo que existam vários estudos relacionando a preferência musical com os comportamentos antissociais, não se encontrou um apenas que tenha relacionado esta preferência com os comportamentos pró-sociais. Por outro lado, já se verificou que a preferência por estilos musicais refinados (por exemplo, samba, música clássica e MPB) e convencionais (por exemplo, *pop music*, música religiosa e música sertaneja) se correlacionaram negativamente ($r = -0,30$, $p < 0,01$) com comportamentos antissociais (Pimentel et al., 2005).

3.2.2. Agradabilidade

Vários pesquisadores que têm estudado as origens das diferenças individuais e tendências pró-sociais ficaram perplexos pelo fato de os comportamentos que eles pensavam não ocorrer, como ajudar alguém em situação de custo pessoal, na verdade ocorriam frequentemente (Penner, Dovidio, Piliavin & Schroeder, 2005). Esta situação suscitou explicações do nível micro de análise de comportamentos pró-sociais que encerram a teoria da evolução (para uma revisão da perspectiva evolucionista na explicação do comportamento pró-social, vejam-se Simpson & Beckes, 2010), bases genéticas e biológicas da ação, processos de desenvolvimento e fatores de personalidade.

O modelo dos cinco grandes fatores de personalidade postulou que a personalidade humana poderia ser entendida a partir de cinco dimensões principais, a saber: *extroversão*, *agradabilidade*, *conscienciosidade*, *neuroticismo* e *abertura à mudança* (McCrae & John, 1992). O segundo destes fatores, i.e., *agradabilidade* ou *sociabilidade* (originalmente em inglês *agreeableness*), é entendido como nível de socialização, representando a tendência a ser socialmente agradável e também caloroso (Hutz et al., 1998). Neste sentido, caracteriza-se por adjetivos como apreciativo, generoso, simpático, complacente e humano (McCrae & John, 1992).

Coerentemente, verifica-se a importância do fator *agradabilidade* para a área dos comportamentos pró-sociais. A respeito, tem sido verificada a associação de comportamento pró-social com a *agradabilidade*, segundo definida pelo modelo dos cinco grandes fatores da personalidade. Outros traços que se associaram a este, como empatia disposicional, também demonstraram sua importância, o que levou à proposição de uma constelação de fatores reunidos em uma personalidade pró-social (Penner et al., 2005). Destaca-se, ainda, que este fator, *agradabilidade*, também já foi correlacionado com o comportamento pró-social de voluntariado (Carlo, Okun, Knight & Guzman, 2005) e ajuda interpessoal (King, George & Hebl, 2005).

3.2.3. Autoestima

Pesquisas empíricas demonstraram correlações entre motivações e comportamentos pró-sociais e autoestima (Gebauer, Riketta, Broemer & Maio, 2008; Isen & Levin, 1972). A autoestima pode ser entendida como uma atitude, uma avaliação frente a si mesmo (Eagly & Chaiken, 1998). De acordo com Forgas (2002), a autoestima pode moderar respostas afetivas que também estariam relacionadas com o comportamento pró-social.

Estudos empíricos demonstraram que as pessoas mais felizes ajudam mais (mostram mais altruísmo), sendo isto uma relação independente da idade (Carlson, Charlin & Miller, 1988). De fato, estes autores destacaram que “uma quantidade substancial de pesquisas tem mostrado, com poucas exceções, que o bom humor produz ajuda” (p. 211). Além disso, este é um dos resultados mais estáveis de toda a psicologia (vejam-se comentários de Rodrigues, Assmar & Jablonsky, 2000).

Berkowitz (1987) se baseou na teoria da autopercepção, de Bem (1972), para explicar a influência dos autoesquemas positivos nos comportamentos positivos. Explicou que se as pessoas se comportam com base em suas autopercepções, o autoesquema positivo levaria a comportamentos pró-sociais. Nos experimentos que realizou, este autor demonstrou que a atenção autodirecionada impactou no bom humor, tendo aumentado a probabilidade de ajudar, mesmo não se encontrando um efeito grande.

Em resumo, existem evidências que sugerem que as variáveis pessoais tratadas são importantes para melhor se entender os comportamentos pró-sociais. Com isto em mente, é importante também relacionar tais variáveis com possíveis mediadores da sua relação com comportamentos pró-sociais. A propósito, desenvolve-se a seguir precisamente este tópico, isto é, trata-se das variáveis mediadoras consideradas na presente tese. A título de esclarecimento, uma variável mediadora é aquela que intervém entre uma variável independente e uma dependente, como o organismo que media o estímulo e a resposta (Baron & Kenny, 1986).

3.3. Variáveis Mediadoras

De acordo com o *GLM*, as rotas afetiva, cognitiva e de *arousal* mediam a relação entre efeitos de mídia e comportamento. Na presente tese, concretamente, consideram-se os afetos positivos e pensamentos pró-sociais como variáveis mediadoras da relação entre letras de músicas pró-sociais e comportamento pró-social.

3.3.1. Afetos Positivos

A relação entre afetos e comportamento interpessoal pode ser identificada no modelo de infusão de afetos, de Forgas (1995, 2002). Este modelo é útil para se entender as relações entre os *afetos positivos* e *comportamentos pró-sociais*. A evidência empírica revista por Forgas (2002) indica

esta relação (ver, também, resultados de Forgas, Dunn & Granland, 2008). Praticamente todos os especialistas na área concordam que a busca de afetos positivos, a exemplo de prazer, é uma das motivações mais importantes em ajudar (Gebauer et al., 2008; Isen & Levin, 1972).

De acordo com a revisão efetuada por Penner et al. (2005), afetos são conceitos importantes para o entendimento das emoções como motivadoras de comportamentos pró-sociais, mas existe uma necessidade de maior esclarecimento do tipo de emoções que geraria comportamentos pró-sociais. Berkowitz (1987) explicou que os pensamentos pró-sociais podem ficar mais acessíveis quando as pessoas estão de bom humor, levando a comportamentos pró-sociais.

3.3.2. *Pensamentos Pró-sociais*

Os pensamentos pró-sociais têm sido pesquisados como uma variável antecedente, assim como mediadora da relação entre exposição a efeitos de letras de músicas e comportamentos pró-sociais (Greitemeyer, 2009a,b). No primeiro estudo, este autor verificou que a exposição a letras de músicas pró-sociais aumentou a acessibilidade a pensamentos pró-sociais, como medidos pela *tarefa de completar palavras*. No segundo estudo, ele procurou replicar estes resultados, mas não verificou mediação dos pensamentos pró-sociais nos efeitos das letras de músicas no comportamento pró-social.

Em resumo, as vias afetivas e cognitivas podem mediar os efeitos de letras de músicas no comportamento, segundo estima o *GLM*. Afetos positivos e pensamentos pró-sociais podem também ser entendidos simplesmente como variáveis preditoras de comportamentos pró-sociais, os quais são tratados a continuação.

3.4. *Variável Comportamental*

Como variável comportamental desta tese, escolheu-se o comportamento pró-social, conforme se define na continuação. Neste caso, procurou-se operacionalizar dito comportamento a partir de múltiplos indicadores, como ficará claro.

3.4.1. *Comportamento Pró-social*

O comportamento pró-social tem uma longa história na psicologia social (Darley & Latané, 1968), incluindo uma classe ampla de comportamentos que são benéficos para outrem (Penner et al., 2005), como aqueles de ajuda, altruísmo e cordialidade, tendo importância fundamental para a harmonia e o bom funcionamento da sociedade (Hur & Rushton, 2007). O comportamento pró-social é um termo geral que pode ser entendido como o oposto de comportamento antissocial, envolvendo, além da ajuda, o consolo, o compartilhamento e a cooperação (Batson & Powell, 2003). Estes autores, no entanto, explicam que, embora o altruísmo seja colocado na ampla definição de comportamentos pró-sociais, seu uso se distingue da ajuda, pois esta pode ter um interesse encoberto. Mas os autores

explicaram que o altruísmo é melhor entendido como uma motivação (e não um comportamento) para aumentar o bem-estar de outras pessoas, sendo o oposto de egoísmo.

A despeito da importância de estudos que buscam entender o comportamento pró-social, como civilidade, cordialidade e apoio social, verifica-se que muitas pesquisas devem ainda ser realizadas no Brasil para se avançar nesta área. As exceções encontradas no contexto brasileiro incluem pesquisas que trataram da adequabilidade da técnica de carta perdida, que analisou a relação de outras variáveis no comportamento de ajuda (devolução da carta), como gênero, preferências sexuais e grupo étnico (Nunan & Jablonsky, 2009; Silva, Günther, Lara, Cunha & Almeida, 1998), comportamento de ajuda por meio do telefone (Silva & Günther, 1999), ajuda entre passageiros de linhas de ônibus urbano (Silva & Günther, 2001), omissões em acidentes de trabalho (Almeida & Binder, 2004), correlação de práticas educativas, depressão, estresse e habilidades sociais (Gomide, Salvo, Pinheiro & Sabbag, 2005), intenção de comportamento de ajuda relacionada com a atribuição de causalidade (Pilati, Leão, Vieira & Fonseca, 2008), intervenção para aumentar o comportamento pró-social em crianças (Borges & Maturano, 2009) e os efeitos do gênero do participante no custo em ajudar, identidade social e densidade no comportamento pró-social de civilidade (Pilati, Iglesias, Lima & Simone, 2010).

Não se verificou qualquer medida específica de autorrelato no contexto brasileiro para se aferir os comportamentos pró-sociais entre adolescentes e adultos. As pesquisas, comumente, tomam em conta um comportamento específico (por exemplo, devolução de carta perdida, celular, carteira). Neste contexto, demanda-se detalhar as possibilidades de medida deste comportamento. A propósito aborda-se na continuação a mensuração das variáveis da presente tese.

3.5. Mensuração de Variáveis

Letras de Músicas. O efeito das letras de músicas em comportamentos, pensamentos ou sentimentos pró-sociais tem sido analisado apresentando-se uma letra de música pró-social no grupo experimental e uma letra de música neutra no grupo de controle (Greitemeyer, 2009ab). Na presente tese também seguiu-se esta estratégia.

Preferência Musical. A mensuração da preferência musical tem sido realizada, comumente, por meio de escalas psicométricas (Boer, 2009), a exemplo da *Escala Breve de Preferência Musical (STOMP)*; Rentfrow & Gosling, 2003), inclusive com estudos de validação no contexto nacional (Gouveia, Pimentel, Santana, Chaves & Rodrigues, 2008). Contudo, também têm sido realizados esforços para desenvolver medidas mais *emics*, como a *Escala de Preferência Musical (EPM)*; Pimentel, Gouveia & Pessoa, 2007). No presente estudo estas escalas serão tidas em conta para a construção de uma nova medida detalhada no *Estudo 2*.

Agradabilidade. Ressalta-se que os cinco fatores de personalidade têm sido avaliados no contexto brasileiro (Andrade, 2008; Pimentel & Donnelly, 2008) por meio de escalas e questionários

psicométricos, a exemplo do *Inventário dos Cinco Fatores (Big Five Inventory, BFI; John & Srivastava, 1999)* e *Inventário de Dez Itens da Personalidade (Ten Items of Personality Inventory, TIPI; Gosling, Rentfrow & Swann, 2003; Pimentel & Seco, 2011)*; outras medidas têm sido igualmente propostas no contexto brasileiro, focando, sobretudo, a medição específica de cada um dos cinco grandes fatores, como a proposta levada a cabo por Hutz, Nunes, Silveira, Anton e Wiczorek (1998). No *Estudo 2* a medida de agradabilidade usada na presente tese é descrita.

Autoestima. A autoestima tem sido medida no contexto internacional, principalmente, pela *Escala de Autoestima de Rosenberg* (por exemplo, Rentfrow & Gosling, 2003). Coerentemente, esta escolha tem sido observada também no contexto brasileiro, onde diversos estudos procuraram adaptá-la, reunindo evidências de sua validação e consistência interna (por exemplo, Avanci, Assis, Santos & Oliveira, 2007; Garcia, 2009; Gobitta & Guzzo, 2002; Romano, Negreiros & Martins, 2007; Sbicigo, Bandeira & Dell'Aglio, 2010). Na presente tese esta medida também foi empregada e é melhor descrita no *Estudo 2*.

Afetos Positivos. Os afetos positivos têm sido medidos principalmente por meio de instrumentos objetivos, a exemplo da *Escala de Afetos Positivos e Negativos (PANAS; Watson, Clark & Tellegen, 1988)*, que, inclusive, conta com estudos de adaptação para o contexto nacional (Giacomoni, 2002; Giacomoni & Hutz, 2006; Otta & Fiquer, 2004). Porém, outros instrumentos têm sido igualmente utilizados, enfocando estes dois tipos gerais de afetos (Albuquerque, Souza & Martins, 2010; Albuquerque & Tróccoli, 2004; Gouveia, Chaves, Oliveira, Dias, Gouveia & Andrade, 2003; Vera-Noriega, Alvarez, Albuquerque, Pimentel & Vasconcelos, 2011). Na presente tese utiliza-se também a *PANAS*, a qual é descrita no *Estudo 2*.

Pensamentos pró-sociais. Tipicamente, os pensamentos pró-sociais têm sido avaliados por meio de tarefas de completar palavras (Greitemeyer, 2009ab). No caso, são oferecidas palavras com significados positivos e neutros, confiando que, no grupo experimental, submetido à condição pró-social, as pessoas preenchem mais palavras positivas (pró-sociais) do que ocorre naquele que são expostos a condição neutra (grupo controle). Este procedimento, que é relativamente simples, não tem sido observado no contexto brasileiro, mas será empregado nos *Estudo 3* e *4* desta tese.

Mensuração de comportamentos pró-sociais. Ainda persiste o debate sobre a mensuração de comportamentos pró-sociais na literatura psicológica, considerando quais seriam seus componentes principais (Caprara, Steca, Zelli & Capanna, 2005). Poucas medidas foram desenvolvidas para a mensuração do comportamento pró-social, sendo necessárias medidas padronizadas para assegurar a comparação dos achados de estudos levados a cabo (Carlo & Randall, 2002). No caso da realidade nacional, como anteriormente foi sugerido, estudos ainda requeridos, sobretudo para desenvolver medidas de tipo autorrelato, uma vez que técnicas para observação do comportamento de ajuda já foram testadas nesta realidade (Silva et al., 1998; Nunan & Jablonsky, 2009).

Um panorama bem diverso é observado na literatura internacional, onde são encontradas algumas medidas tipo lápis e papel para avaliar os comportamentos pró-sociais. Por exemplo, encontraram-se a *Prosocial Behaviors Scale* do *Strengths and Difficulties Questionnaire* (*SDQ*; Goodman, 1997), a *Prosocial Behavior Scale* (*PBS*; Caprara & Pastoreli, 1993), a *Prosocialness Scale* (*PS*; Caprara et al., 2005) e a *Preschool Social Behavior Questionnaire* (*PSBQ*; Tremblay, Vitaro, Gagnon, Piché & Royer, 1992). Estas medidas têm a característica comum de serem breves, permitindo seu uso em diversos contextos. Procura-se a seguir detalhar cada uma delas.

Escala de Comportamento Pró-social (SDQ; Goodman, 1997). Este instrumento faz parte do *Questionário de Capacidades e Dificuldades*, de Goodman (1997), contando com cinco itens avaliados em escala de três pontos, variando de **0** = *Falso* a **2** = *Verdadeiro*. Goodman, Meltzer e Bailey (1998) verificaram, em amostra de 83 pessoas, de 11 a 16 anos, um coeficiente de consistência interna aceitável ($\alpha = 0,65$) para a versão de autorrelato deste componente de *comportamento pró-social*. Como explicado por Neves (2007), a *SDQ* é utilizada para crianças e adolescentes mais jovens, população entre 4 e 16 anos, devendo ser respondida por seus pais e professores; porém, é possível empregar a versão de autorrelato para aquelas de mais idade, isto é, a partir dos onze anos (Goodman et al., 1998). Pode-se verificar que a escala mede comportamentos pró-sociais de acordo com a revisão de literatura realizada. Mesmo tendo sido originalmente desenvolvida com crianças, percebe-se que são itens que fazem referência a comportamentos realizados também por adolescentes e jovens. Esta medida já foi utilizada em pesquisas nacionais com crianças (Assis, Avance, Pesce & Ximenes, 2009; Neves, 2007; Saud & Tonelotto, 2005; Scheuer & Assumpção, 2008; Tanaka & Ribeiro, 2009), mas é importante que seja adaptada para uso em jovens.

Escala de Comportamento Pró-social (PBS). Caprara e Pastoreli (1993) desenvolveram este instrumento, que se compõe de 15 itens respondidos em escala de três pontos, que varia de **1** = *Nunca* a **3** = *Frequentemente*. Estes autores sublinharam que os itens desta escala medem altruísmo, confiança e agradabilidade. A despeito de ela ter sido inicialmente desenvolvida com crianças de 7 a 10 anos, pode-se verificar que o conteúdo dos itens abrange comportamentos comuns a jovens e adolescentes. No estudo original (Caprara & Pastoreli, 1993), esta escala respondeu por 35% da variância explicada do construto, com cargas fatoriais e correlações item-total satisfatórias, assim como alfa de Cronbach aceitável ($\alpha = 0,77$).

Escala de Pró-sociabilidade (PS; Caprara, Steca, Zelli & Capanna, 2005). Compõe-se de 16 itens, que são respondidos em escala de cinco pontos, variando de **1** = *Nunca / Quase nunca verdadeiro* a **5** = *Sempre / Quase sempre verdadeiro*. No estudo original esta escala foi aplicada a pessoas de 18 a 92 anos ($m = 44,5$, $dp = 17$), dos quais 71% tinham ao menos o ensino médio. A escala demonstrou uma alta consistência interna ($\alpha = 0,91$) e boa correlação média item-total ($r = 0,59$). Ademais, por meio da teoria de resposta ao item, os autores verificaram o poder discriminativo da maioria de seus itens.

Questionário Pré-Escolar de Comportamento Social (PSBQ; Tremblay, Vitaro, Gagnon, Piché & Royer, 1992). Este instrumento abarca três componentes que medem *ansiedade*, *comportamento pró-social* e *comportamento disruptivo*. Especificamente, a *Escala de Comportamento Pró-social* é formada por dez itens. Por meio de análise de componentes principais, verificou-se que todas as cargas fatoriais apresentaram saturações altas, variando de 0,62 a 0,79; o componente pró-social explicou de 11 a 13,5% da variância. Os autores também apresentaram dados de correlações negativas deste componente (subescalas) com o componente de comportamento disruptivo ($r = -0,34$), assim como correlações negativas com ansiedade em meninos ($r = -0,26$) e meninas ($r = -0,39$).

Em resumo, conforme é possível concluir do anteriormente comentado, os comportamentos pró-sociais têm sido comumente operacionalizados no contexto brasileiro a partir de ações específicas, como devolver uma carta perdida. Aqueles que o mediram por meio de instrumentos de autorrelato se limitaram a amostras de crianças. Entretanto, pôde-se identificar alguns instrumentos que vêm sendo utilizados em outros países, como escalas psicométricas, que têm apresentado parâmetros aceitáveis para uso em pesquisas. Este aspecto animou o *Estudo 1* da presente tese, que será posteriormente descrito. De momento, oferece-se um panorama das pesquisas que foram realizadas.

3.6. Visão Geral dos Estudos

Considerando as pesquisas revisadas, pode-se verificar que são requeridas ainda pesquisas sobre os efeitos de letras de músicas nos comportamentos pró-sociais, especialmente na realidade brasileira. De fato, não se encontrou qualquer estudo que cujo objetivo tenha sido conhecer as correlações entre dimensões de preferências musicais e comportamentos pró-sociais, mesmo que esta variável tenha mostrado correlações com aqueles antissociais. Neste sentido, é possível que as preferências musicais moderem os efeitos de letras de músicas em relação aos comportamentos pró-sociais.

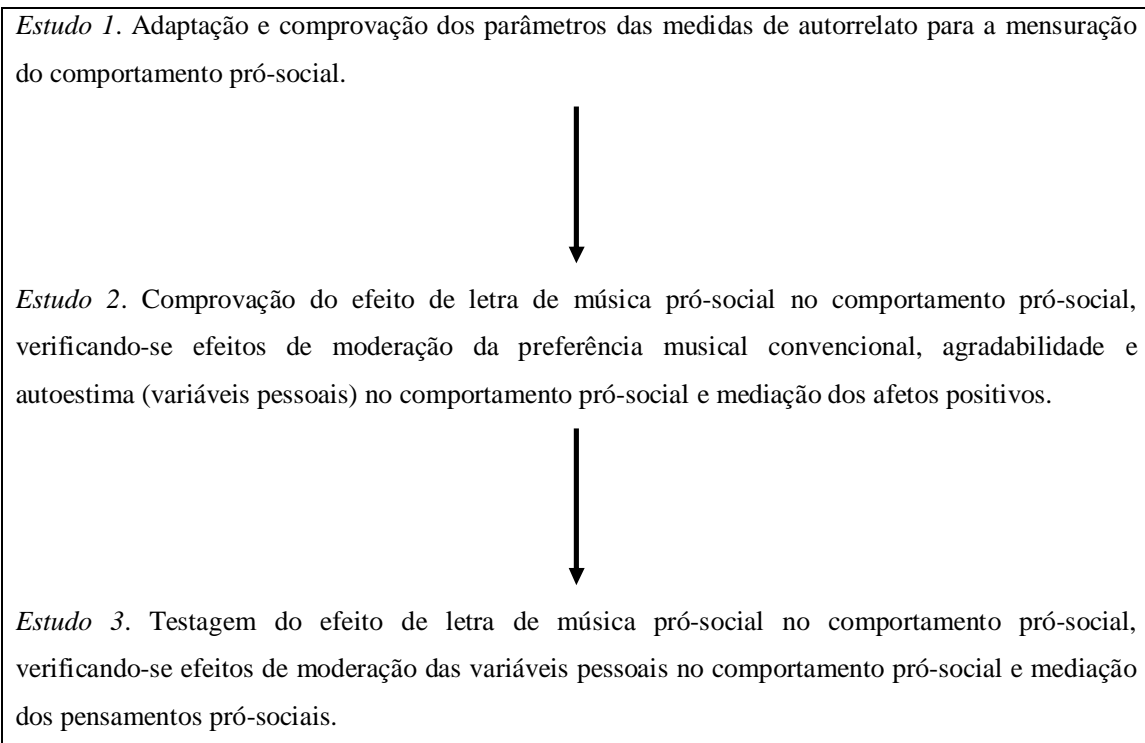
As variáveis pessoais, como a autoestima, os traços de personalidade e os afetos positivos, podem imprimir mais complexidade aos efeitos de letras de músicas em tais comportamentos. Dito de outro modo, mesmo que nos estudos de Greitemeyer (2009a,b) não se tenham encontrado diferenças estatisticamente significativas no que diz respeito aos afetos positivos em função da exposição a letras de músicas pró-sociais, estima-se, com base no modelo de Forgas (2002), que esta relação pode ser moderada pela autoestima. Pesquisas prévias também sugerem que a agradabilidade pode moderar esta relação, assim como o faz a preferência musical. Portanto, conhecer a influência de letras de músicas pró-sociais no comportamento pró-social é fundamental, de vez que a grande parte das pesquisas se preocupou mais com o aspecto antissocial. A propósito, quiçá os achados até então encontrados sejam mais aplicáveis aos efeitos da mídia em geral, não especificamente das letras de

músicas pró-sociais e seus efeitos em condutas pró-sociais, como recentemente começa a despertar o interesse (Greitemeyer, 2009a).

Tendo em conta os efeitos potenciais das letras de músicas pró-sociais em comportamentos pró-sociais, a presente tese busca contribuir com estudos neste âmbito, visando conhecer mediadores e moderadores moderados com base no *GLM*. Uma vez que se destacou a necessidade de pesquisas com moderadores e mediadores dos efeitos positivos da exposição à mídia pró-social (Barlett & Anderson, no prelo), o empreendimento aqui levado a cabo se justifica por endereçar uma lacuna nesta área, contribuindo igualmente no sentido de prover instrumentos sobre comportamentos pró-sociais, ainda escassamente estudados no Brasil.

Desta forma, confia-se que futuramente os comportamentos pró-sociais poderão ser melhor entendidos nesta realidade. Ademais, por meio dos resultados coligidos poder-se-á ainda, ulteriormente, contribuir para programas de mudança de comportamentos e atitudes socialmente desviantes, minimizar a probabilidade de sua ocorrência e aumentando aquela dos pró-sociais. Isso, estima-se, será possível tratando com um conteúdo presente em todas as culturas (Böer, 2009), estando presente em diversas etapas do desenvolvimento, sobretudo infanto-juvenil (Pais, 1998).

Com o intuito de contribuir com o entendimento destes comportamentos, decidiu-se levar a cabo os estudos que compõem esta tese de doutorado. Especificamente, pretendeu-se conhecer como os efeitos de letras de músicas nos comportamentos pró-sociais se relacionavam com variáveis pessoais. Para tanto, foram delineados quatro estudos empíricos, que são resumidos a seguir, conforme Figura 5.



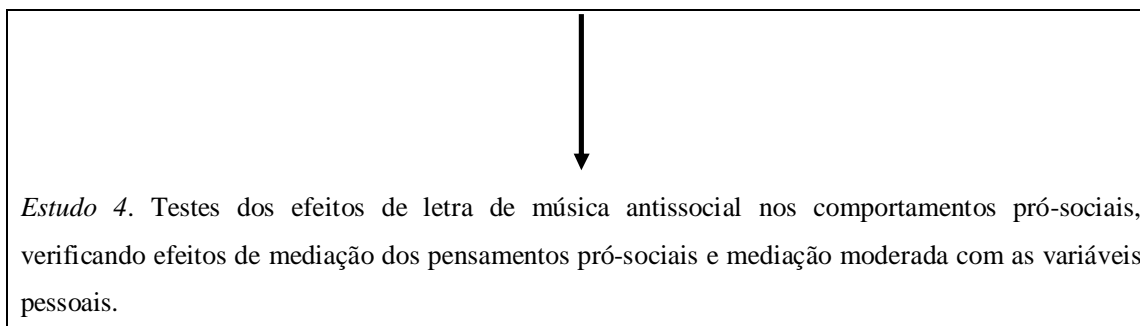


Figura 5. Esquema dos estudos para explicação dos comportamentos pró-sociais

De acordo com a figura anteriormente apresentada, os quatro estudos são interdependentes, representando uma sequência que tem princípio com a adaptação de medidas de comportamentos pró-sociais, que na realidade brasileira foram mais empregados com crianças (por exemplo, Assis et al., 2009; Neves, 2007; Tanaka & Ribeiro, 2009). Posteriormente, aumenta-se a complexidade, chegando a testar, modelos de mediação moderada. A seguir se detalha um pouco mais estes estudos:

Estudo 1. Objetivar-se-á com este estudo adaptar e testar, por meio de validação de construto e convergente, medidas de autorrelato para aferir comportamentos pró-sociais, assim como, especificamente, verificar a influência da desejabilidade social nas medidas correspondentes. Neste sentido, pretende-se saber, concretamente, qual, dentre as medidas autoaplicáveis avaliadas, a que é psicometricamente mais adequada para aferir os comportamentos pró-sociais de interesse?

Estudo 2. Buscar-se-á, nesta oportunidade, compreender os comportamentos pró-sociais a partir das letras de músicas pró-sociais. Os objetivos específicos são: verificar se esta relação é mediada por afetos positivos e moderada pela preferência musical convencional, agradabilidade e autoestima. Neste sentido, no presente estudo o propósito é responder as seguintes perguntas: a letra de música pró-social leva a comportamentos pró-sociais? Os afetos positivos podem mediar esta relação? E, finalmente, esta relação pode ser moderada pela preferência musical convencional, agradabilidade e autoestima?

Estudo 3. Visar-se-á neste estudo compreender o comportamento pró-social manifesto a partir de letra de música pró-social. Especificamente, verificando se esta relação é mediada por pensamentos pró-sociais e moderada pela preferência musical convencional, agradabilidade e autoestima.

Estudo 4. Pretender-se-á verificar os efeitos de letras de músicas antissociais nos comportamentos pró-sociais. Especificamente, parte-se do suposto de que os pensamentos pró-sociais irão mediar a relação entre efeitos de letras de músicas e comportamentos pró-sociais. Estes estudos buscam ampliar o entendimento de antecedentes do comportamento pró-social, tratando com conteúdo que, em princípio, o inibiria, como podem ser letras de músicas antissociais.

Em resumo, os quatro estudos desta tese visam oferecer um marco teórico pautado no *GLM*, representando uma oportunidade de contribuir, no contexto brasileiro, para a compreensão do efeito

da mídia, concretamente de letras de músicas, em comportamentos pró-sociais. Estes estudos também podem ser melhor visualizados na Figura 4 que é reproduzida abaixo.

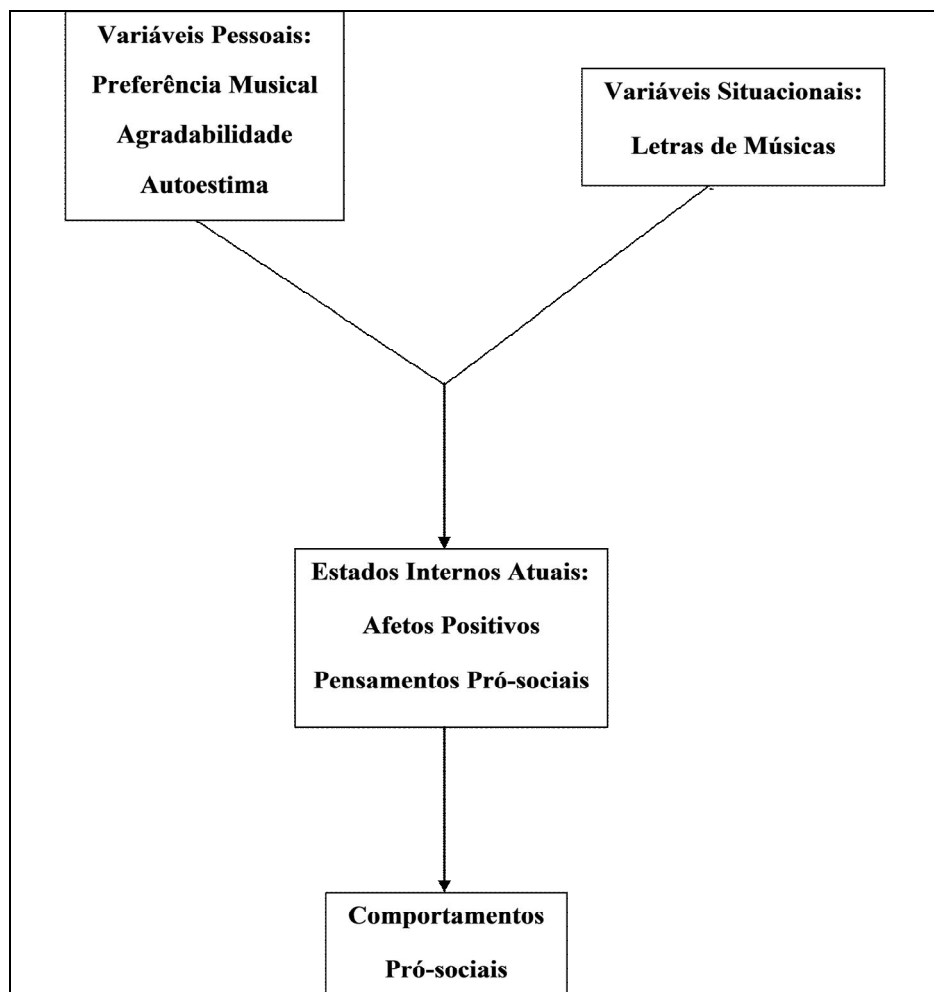


Figura 4. GLM para Efeitos de letras de músicas pró-sociais em comportamentos pró-sociais

4. Estudos empíricos

Conforme foi anteriormente comentado, descrevem-se a seguir os quatro estudos empíricos que conformam a presente tese. Embora seu enfoque não seja psicométrico, em razão da escassez de evidências de instrumentos válidos para o público que se pretende alcançar, decidiu-se principiar com a adaptação de escalas. Esta é a base a partir da qual é estruturado o segundo estudo, que foca na

explicação dos comportamentos pró-sociais com base em letra de música pró-social. O terceiro amplia a explicação ou a torna mais complexa, tratando com comportamento pró-social observado, em lugar daquele de autorrelato. Por fim, introduz-se no quarto estudo a novidade de letra de música antissocial, visando avaliar sua contribuição para diminuir o comportamento autorrelatado.

4.1. Estudo 1. Adaptação e teste de escalas de comportamento pró-social

O objetivo deste estudo consistiu em adaptar e conhecer evidências psicométricas (Pasquali, 2003) de medidas que permitam aferir comportamentos pró-sociais, primando por aquelas que sejam preferivelmente breves e possam ser adequadas para jovens e adolescentes do contexto brasileiro, especificamente da cidade de Brasília (DF). Portanto, será realizada a adaptação do conteúdo destas medidas e suas escalas de resposta, conhecendo evidências de sua validade de construto e convergente; ademais, tendo em consideração que os comportamentos pró-sociais são muito valorizados socialmente, busca-se verificar ainda a influência da desejabilidade social (validade discriminante). Por fim, além de verificar sua precisão (consistência interna), como avaliada por meio do alfa de Cronbach (α) e λ^2 de Guttman.

4.1.1. Método

4.1.1.1. Participantes

Participaram desta pesquisa 315 estudantes do ensino médio (51%) e universitário (49%), de diversos cursos e instituições públicas e privadas da cidade de Brasília (DF). Tratou-se de uma amostra de conveniência, não-probabilística. Os participantes tinham em média 18 anos de idade ($dp = 6,23$, amplitude de 14 a 43 anos), sendo a maioria (95%) de adolescentes e jovens adultos (de 14 a 25 anos), do sexo feminino (52,2%) e classe média (51%). Majoritariamente, entre os estudantes universitários, indicaram-se os cursos de Comunicação Social (16,5%) e Psicologia (16,2%).

4.1.1.2. Instrumentos

Os participantes receberam um livreto composto por escalas de comportamentos pró-sociais, identificadas na revisão de literatura, a medida de desejabilidade social, o questionário sociodemográfico e um termo de consentimento, como descritos a seguir:

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Com o objetivo de cumprir os requisitos éticos, na primeira página do livreto, além de informações que procuravam identificar os pesquisadores e a instituição responsáveis pela pesquisa, foi apresentado um termo de consentimento que o potencial participante do estudo deveria ler com atenção e, concordando livre e voluntariamente em colaborar, deveria rubricá-lo, dando seu consentimento para fazer parte da pesquisa (Anexo I).

Escala de Comportamento Pró-social (SDQ; Goodman, 1997). Esta escala é formada por cinco itens medidos em escala de três pontos, variando de **0 = Falso** a **2 = Verdadeiro**. Uma vez que esta medida foi utilizada com adolescentes em geral e jovens, foram realizadas adaptações na forma de resposta, aumentando de três para cinco pontos; neste caso, variando de **0 = Falso** a **4 = Verdadeiro**, além de adaptar o conteúdo de alguns itens. Concretamente, esta adaptação, quando requerida, foi simples, trocando-se apenas a palavra “crianças” por “pessoas” (por exemplo, “Freqüentemente se oferece para ajudar outras *pessoas*” (Anexo II).

Escala de Comportamento Pró-social (PBS; Caprara & Pastoreli, 1993). Esta medida é composta por 15 itens (por exemplo, “Eu tento ajudar os outros”), dos quais cinco de controle (itens distratores), sendo originalmente respondidos em escala de três pontos, variando de **1 = Nunca** a **3 = Frequentemente**. Procurou-se realizar adaptações considerando a população alvo. Portando, a escala de respostas passou a ser de cinco pontos, variando de **0 = Nunca** a **4 = Sempre**, e o conteúdo do item 10, que faziam referência a “brinquedos”, foi alterado para “pertences” (Anexo III).

Escala de Pró-sociabilidade (PS; Caprara, Steca, Zelli & Capanna, 2005). Esta escala se compõe de 16 itens para aferir pró-sociabilidade (por exemplo, “Estou disponível para atividades voluntárias para ajudar aqueles que estão em necessidade”), que inclui não apenas comportamentos, mas também sentimentos pró-sociais, medidos em escala de cinco pontos, variando de **1 = Nunca / quase nunca verdadeiro** a **5 = Sempre/quase sempre verdadeiro** (Anexo IV).

Escala de Comportamento Pró-social (PSBQ; Tremblay, Vitaro, Gagnon, Piché & Royer, 1992). Este instrumento de comportamento pró-social é formado por 10 itens (por exemplo, “Ajudo aqueles que estão se sentindo mal”), os quais são respondidos em escala de cinco pontos, variando de **0 = Falso** a **4 = Verdadeiro** (Anexo V).

No caso destas quatro medidas de comportamentos pró-sociais, foram consideradas suas versões originais em inglês conforme se observa nos anexos, mas só foram apresentados os itens em português para os respondentes. Neste caso, com o fim de produzir as versões correspondentes em português, dois pesquisadores bilíngües, com conhecimento psicológico na área de comportamentos pró-sociais, realizaram as traduções. O autor da presente tese revisou as versões traduzidas, procurando checar, sobretudo, a adequação da linguagem no português, tendo em conta o público-alvo. Posteriormente, tais versões foram testadas quanto à sua compreensão por parte de uma amostra de 12 estudantes, buscando atestar a clareza, pertinência e adequação da redação de instruções sobre como responder os itens, seu conteúdo e o formato das escalas de resposta.

Escala de Desejabilidade Social. Tendo em conta o conteúdo das medidas de comportamento antes descritas, incluiu-se também a *Escala de Desejabilidade Social*, de Marlowe-Crowne (Crowne & Marlowe, 1960), que tem apresentado coeficientes aceitáveis de consistência interna (Kuder-Richardson = 0,88) e teste-reteste (0,88). No contexto brasileiro, verificaram-se coeficientes de consistência interna (0,78) e teste-reteste (variando de 0,61 a 0,85) satisfatórios, com o fator geral

explicando 55,7% da variância (Ribas, Moura & Hutz, 2004). Entretanto, no presente foi tida em conta a versão em português produzida a partir de análise fatorial confirmatória (Gouveia, Guerra, Souza, Santos & Costa, 2009). Os resultados reportados por estes autores mostram saturações estatisticamente diferentes de zero ($\lambda \neq 0$; $z > 1,96$), apoiando a estrutura unifatorial [$\chi^2/_{gl} = 1,66$, $AGFI = 0,90$, $RMSEA = 0,05$ (IC90% = 0,036-0,055)]. Esta versão apresentou índice de consistência interna (KR20) de 0,75. Tendo em conta esta versão reduzida, escolheram-se oito itens com as melhores cargas fatoriais (por exemplo, “Já insisti para as coisas serem feitas do meu jeito”), cujo conteúdo não apresentasse referência a comportamentos pró-sociais. Esta medida visa verificar o grau de desajustabilidade social em uma escala dicotômica (**1** = *Verdadeiro* e **0** = *Falso*) (Anexo VI).

Questionário Sociodemográfico. Este esteve formado por perguntas que visam conhecer características sociais e demográficas dos participantes do estudo, permitindo descrevê-los e tê-las em conta para descrição da amostra. No caso, foram incluídas as seguintes variáveis: idade, sexo, nível de escolaridade (série ou período, curso), tipo de escola / instituição (pública ou privada) (Anexo XX).

4.1.1.3. Procedimento

Para a realização da coleta de dados foram contatadas as direções das escolas e universidades escolhidas por conveniência, procurando obter a permissão para a aplicação dos questionários. Após o consentimento, assinado por meio de termo *ad hoc*, a aplicação foi efetuada por bolsistas de Iniciação Científica (IC) do curso de psicologia, especificamente do Laboratório de Psicologia Ambiental (LPA, Universidade de Brasília), ao qual esta pesquisa se vincula. Os questionários foram respondidos individualmente, porém em ambiente coletivo de sala de aula, após o consentimento informado do participante. Os aplicadores permaneceram em sala durante a aplicação para esclarecer eventuais dúvidas quanto à forma sobre como responder. Depois de coletados e verificados os questionários respondidos, foram dirigidos os agradecimentos pela colaboração voluntária da turma. Em média, 30 minutos foram suficientes para concluir sua participação.

4.1.1.4. Análise dos Dados

Os dados foram analisados por meio de estatísticas descritivas, análises paralelas (*PA*), análises dos componentes principais (*PCA*), análise fatorial confirmatória (*CFA*), técnica alfa de Cronbach e análises de correlação de Pearson. A maioria das análises foi realizada com o *SPSS* (*Statistical Package for the Social Sciences*; versão 15 para Windows®); as *CFAs* foram realizadas com o *AMOS* (*Analysis of Moment Structures*; versão 7). Por fim, empregaram-se o programa *Atten 2* e a sintaxe *Corrs* com o fim de corrigir por atenuação (imprecisão das medidas, baixas consistências internas) as correlações e testá-las se são estatisticamente diferentes de zero, respectivamente.

4.1.2. Resultados

Inicialmente, buscou-se verificar se existiam casos omissos no conjunto de medidas utilizadas. Uma vez que se verificou um percentual ínfimo de valores *missing* (<5%), decidiu-se substituí-los pela média (Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham, 2009). Verificaram-se também três casos de *outliers* univariados pelo valor padronizado ($z \geq 3$) e dois *outliers* multivariados pela distância de Mahalanobis, os quais foram excluídos do banco de dados.

Realizou-se uma *PCA*, sem fixar rotação e número de fatores a extrair, com a *SDQ*. Verificou-se que o $KMO = 0,73$ e o *Teste de Esfericidade de Bartlett*, $\chi^2(10) = 175,63$, $p < 0,001$ apóiam a realização deste tipo de análise. As comunalidades dos itens (cargas fatoriais ao quadrado, λ^2) variaram de 0,33 a 0,53, comprovando-se uma estrutura unifatorial, cujo *eigenvalue* (valor próprio) foi 2,09; as cargas fatoriais (relação do item com o fator, que devem ser, no mínimo, de $|0,30|$ para o item ser considerado como pertencente ao fator; Pasquali, 2003) variaram de 0,58 a 0,73. Este fator explicou aproximadamente 42% da variância total. O *scree test* apoiou dita estrutura unifatorial.

Os resultados da *PCA* com a *PBS*, sem fixar rotação e número de fatores a extrair, indicou $KMO = 0,78$ e *Teste de Esfericidade de Bartlett*, $\chi^2(45) = 476,23$, $p < 0,001$, que corroboram a adequação de realizar esta análise estatística. As comunalidades variaram de 0,40 a 0,65, observando-se uma estrutura trifatorial, cujos *eigenvalues* foram de 2,87, 1,49 e 1,05; as cargas fatoriais variaram entre -0,51 e 0,66. Estes fatores explicaram, conjuntamente, cerca de 54% da variância total. O *scree test* apoiou esta estrutura com três fatores. Mas, como era esperada uma estrutura unifatorial, foi realizada uma *PA*, considerando o banco de dados com 10 itens e 1.000 simulações, admitindo 99% de confiança. A *PA* gerou os seguintes *eigenvalues*: 1,29, 1,20, 1,13. Deste modo, indicou-se como mais adequada uma estrutura bifatorial, já que este último *eigenvalue* é maior do que o terceiro gerado pela *PCA*.

Os resultados da *PCA* para a *PS*, sem qualquer restrição quanto ao tipo de rotação e número de fatores a extrair, indicou $KMO = 0,91$ e *Teste de Esfericidade de Bartlett*, $\chi^2(120) = 1.872,55$, $p < 0,001$, sustentando a adequação deste tipo de análise. As comunalidades dos itens variaram de 0,36 a 0,71, tendo sido verificada uma estrutura trifatorial, cujos *eigenvalues* foram de 6,28, 1,31 e 1,12, e as cargas fatoriais variaram de -0,55 a 0,80. Estes fatores explicaram conjuntamente 54,5% da variância total. O *scree test*, por sua vez, sugeriu um estrutura unifatorial. Neste sentido, decidiu-se realizar uma *PA*, considerando o banco de dados com 16 itens e 1.000 simulações, assumindo 99% de confiança. Verificou-se que a *PA* gerou os seguintes *eigenvalues*: 1,41, 1,32 e 1,25. Deste modo, coerente com o *scree test*, indicou-se uma estrutura unifatorial, pois o segundo *eigenvalue* gerado aleatoriamente é maior do que o correspondente produzido empiricamente.

Por fim, realizou-se uma *PCA* com o *PSBQ*, sem fixar rotação e número de fatores a extrair, a qual produziu $KMO = 0,75$ e *Teste de Esfericidade de Bartlett*, $\chi^2(45) = 645,46$, $p < 0,001$, que apóiam a realização deste tipo de análise. As comunalidades resultantes dos itens variaram de 0,22 a

0,80, emergindo uma estrutura bifatorial, cujos *eigenvalues* foram de 3,20 e 1,30, e as cargas fatoriais variaram de -0,56 a 0,74. Estes fatores explicaram aproximadamente 45% da variância total. O *scree test* corroborou esta estrutura bifatorial, porém foi decidido realizar uma *PA*, considerando o banco de dados com 10 itens e 1.000 simulações, adotando o critério de 99% de confiança. Verificou-se, então, que a *PA* gerou os seguintes *eigenvalues*: 1,28 e 1,20. Portanto, confirmou-se a estrutura bifatorial.

Chegado a este ponto, realizaram-se *CFAs* adotando o método de estimação (*Maximum Likelihood, ML*), utilizando a matriz de covariâncias para cada escala. A decisão de realizar este tipo de análise foi em razão do preconizado na literatura, que indicava que as diversas escalas aqui adaptadas apresentaram uma estrutura unifatorial. O teste destes modelos produziu os resultados que são apresentados na Tabela 1 a seguir.

Tabela 1. Índices de ajuste dos modelos unifatoriais das escalas de comportamento pró-social

Escalas	χ^2	g.l.	GFI	CFI	RMSEA (IC90%)	CAIC	ECVI
<i>SDQ</i>	10,64	5	0,99	0,97	0,06 (0,000; 0,110)	78,17	0,098
<i>PBS</i>	155,86	35	0,89	0,75	0,10 (0,088; 0,122)	290,92	0,624
<i>PS</i>	391,89	104	0,86	0,84	0,09 (0,084; 0,104)	607,98	1,452
<i>PSBQ</i>	210,93	35	0,86	0,74	0,13 (0,110; 0,143)	345,99	0,799
PS-5	13,89	5	0,98	0,98	0,07 (0,029; 0,124)	81,41	0,108

Destaca-se que todos os pesos de regressão (λ) foram positivos e estatisticamente diferentes de zero ($p < 0,001$), indicando que os fatores respectivos predizem satisfatoriamente as respostas aos itens. De acordo com tais resultados, o modelo unifatorial da *SDQ* foi o que melhor se ajustou aos dados, de vez que o χ^2 foi menor, seus índices de *GFI* e *CFI* estão mais próximos de 1, o *RMSEA* está mais próximo de 0 e o *CAIC* e *ECVI* são menores do que aqueles observados para as outras medidas. No entanto, não há que perder de vista que estas não são medidas aninhadas, sendo impeditiva a comparação direta; assim, esta é uma decisão meramente heurística, permitindo pensar acerca das diferentes medidas. Por fim, produziu-se ainda um modelo reduzido, alternativo, para o *PS*, denominado como *PS-5*, isto é, foram retidos neste instrumento apenas os itens que se referiam a comportamentos pró-sociais (itens 3, 4, 6, 7 e 13), que apresentaram saturações mais fortes ($\lambda > 0,60$), excluindo-se aqueles relativos às emoções pró-sociais.

Assumindo a estrutura unifatorial para as escalas, puderam ser verificados os seguintes índices de consistência interna: *SDQ* ($\alpha = 0,67$; λ^2 de Guttman = 0,66), *PBS* ($\alpha = 0,73$; λ^2 de Guttman = 0,72), *PS* ($\alpha = 0,89$; λ^2 de Guttman = 0,90), *PSBQ* ($\alpha = 0,76$; λ^2 de Guttman = 0,75) e *PS-5* ($\alpha = 0,84$; λ^2 de Guttman = 0,84). Procurou-se, ainda, conhecer os coeficientes de homogeneidade destas medidas, isto é, correlações médias inter-itens, que, diferentemente do alfa de Cronbach, não são afetados pelo número de itens da medida; os resultados foram como seguem: *SDQ* ($r = 0,29$), *PBS* ($r = 0,22$), *PS* ($r = 0,35$), *PSBQ* ($r = 0,25$) e *PS-5* ($r = 0,51$). Correlacionaram-se as pontuações totais destas medidas com aquela de desejabilidade social, sendo os resultados mostrados na Tabela 2.

Tabela 2. Estatísticas descritivas e correlações entre as escalas de comportamentos pró-sociais e desejabilidade social

Escalas	<i>m</i>	<i>Dp</i>	Pontuação Total das Escalas					
			OS-5	SDQ	PBS	PSBQ	EDS	
1. PS-5	2,42	0,66	0,84					
2. SDQ	3,20	0,53	0,67*	0,67				
3. PBS	3,02	0,44	0,70*	0,67*	0,73			
4. PSBQ	2,73	0,57	0,69*	0,58*	0,57*	0,76		
5. EDS	0,42	0,19	0,04	0,03	0,06	0,15*	0,39	

Notas: * $p < 0,01$ (uni-caudal). *EDS* = Escala de Desejabilidade Social. Os valores nas diagonais correspondem aos coeficientes de consistência interna.

De acordo com a Tabela 2, apenas a medida denominada como *PSBQ* se correlacionou com a desejabilidade social ($r = 0,15$, $p < 0,01$). Portanto, quanto maior a pontuação na medida de desejabilidade social, maior é aquela na de comportamentos pró-sociais como avaliado por este instrumento. Contudo, considerando a imprecisão das medidas, como a consistência interna baixa para desejabilidade social, decidiu-se recalculer os coeficientes de correlação corrigindo por atenuação. No caso, as pontuações de desejabilidade social foram correlacionadas com aquelas de comportamentos pró-sociais, testando-se se diferiam estatisticamente de zero, como seguem: *SDQ* ($r = 0,06$; $t = 1,05$, $p > 0,10$), *PBS* ($r = 0,11$; $t = 1,94$, $p = 0,05$), *PS-5* ($r = 0,07$; $t = 1,23$, $p > 0,10$) e *PSBQ* ($r = 0,28$; $t = 5,12$, $p < 0,001$). Deste modo, reuniram-se evidências de validade discriminante das medidas *SDQ* e *PS-5*.

Com o propósito de dirimir possíveis dúvidas, calculou-se a correlação ponto biserial não corrigida da desejabilidade social com a pontuação total em *PSBQ*, tendo os resultados se repetido ($r_{pb} = 0,15$, $p < 0,01$). Verificou-se, ainda, que esta medida de comportamentos pró-sociais foi predita pela pontuação total de desejabilidade social ($R = 0,15$, $R^2 = 0,02$, $F = 7,53$, $p < 0,01$). Por fim, destaca-se

que as correlações entre as escalas de comportamentos pró-sociais se situaram entre 0,57 a 0,70 (correlações não corrigidas), sugerindo validade convergente do conjunto destas medidas.

4.1.3. Discussão Parcial

O objetivo deste primeiro estudo foi adaptar e conhecer evidências de validade das medidas de comportamentos pró-sociais, tendo em vista a necessidade de pesquisas sobre este comportamento no contexto da psicologia brasileira. Buscou-se, ainda, verificar correlações com a desejetabilidade social (evidências de validade discriminante). Estima-se que as adaptações realizadas no conteúdo dos itens e nas escalas de respostas foram adequadas.

Foram testadas especificamente quatro medidas de comportamentos pró-sociais: *SDQ* (Goodman, 1997), *PSBQ* (Tremblay et al., 1992), *PBS* (Caprara & Pastoreli, 1993) e *PS* (Caprara et al., 2005); neste caso, priorizando sua versão reduzida. Pareceu evidente que as versões em português de tais medidas apresentaram qualidades psicométricas satisfatórias, tanto em termos de validade (fatorial, convergente e discriminante) como precisão (consistência interna e homogeneidade) (Pasquali, 2003). Com o fim de verificar a adequação do modelo unifatorial de comportamentos pró-sociais, realizaram-se *PCAs* tendo em vista critérios múltiplos para a definição do número de fatores, como os de Kaiser (*eigenvalue* > 1) e Cattell (*scree test*, isto é, representação gráfica *eigenvalues*) e, por fim, como recomendado na literatura, o critério de Horn (Análise Paralela; Hayton, Allen & Scarpello, 2004). Tais critérios não apresentaram resultados de todo consistentes entre si, o que já se verificou previamente (Zwick & Velicer, 1986).

Portanto, além destas análises, utilizou-se a abordagem fatorial confirmatória para se testar a unidimensionalidade das medidas. Tendo em vista as *CFAs* realizadas, verificou-se que o modelo unidimensional apresentou resultados adequados (Byrne, 2010) para o *SDQ*. Este resultado era esperado, uma vez que tal medida é formada por menos itens, o que facilita a unidimensionalidade. Consequentemente, esta escala apresentou o menor índice de consistência interna (alfa de Cronbach), coerente com o encontrado por Goodman et al. (1998), dado que este coeficiente é afetado pelo número de itens (Nunnally, 1970; Pasquali, 2003). Por outro lado, observou-se correlação inter-itens (homogeneidade) desta medida dentro do recomendado (Clark & Watson, 1995).

De fato, todas as medidas apresentaram índices de consistência interna que atenderam ao mínimo recomendado para pesquisa (Pasquali, 2003). Por outro lado, a medida que apresentou o melhor coeficiente alfa de Cronbach foi a *PS*, muito próximo ao encontrado por Caprara et al. (2005); porém, sua estrutura unifatorial não apresentou índices de ajuste que atendem ao que tem sido recomendado (Byrne, 2010). Portanto, tendo isto em vista, testou-se uma versão reduzida da *PS*, denominada como *PS-5*, que apresentou melhores índices de ajuste do que a *PS*, além de ter mostrado consistência interna e homogeneidade que atendem ao recomendado na literatura (Clark & Watson, 1995), estando correlacionada com as demais medidas de comportamentos pró-sociais (validade

convergente), porém com correlação escassa com a medida de desejabilidade social (validade discriminante). Neste sentido, revelou-se como a mais adequada em termos de validade e precisão, justificando seu uso em etapas posteriores desta tese.

As demais medidas de comportamentos pró-sociais apresentaram índices de precisão (alfa de Cronbach) próximos do recomendado (Nunnally, 1970), podendo ser considerados como satisfatórios em razão de serem medidas formadas por poucos itens (Pasquali, 2003). No caso específico da *PBS*, sua consistência interna foi muito próxima àquela encontrada por seu proponente (Caprara & Pastoreli, 1993). Por fim, é importante igualmente assinalar que, considerando diretrizes do Conselho Federal de Psicologia (CPF), tais índices são suficientes e razoáveis ($\alpha \geq 0,60$; veja-se Resolução CPF nº 002/2003, Conselho Federal de Psicologia, 2010).

Adicionalmente, foi verificada análise de correlação ponto bisserial destas medidas de comportamentos pró-sociais com a medida reduzida de desejabilidade social, composta por oito itens derivados da versão proposta por Gouveia et al. (2009), que compreendeu uma adaptação da *Escala de Desejabilidade Social de Marlowe-Crowne* (Crowne & Marlowe, 1960). Estes resultados replicaram a análise de correlação de Pearson. Ao se proceder a atenuação, constatou-se que duas medidas apresentaram correlações estatisticamente significativas com desejabilidade social (*PBS* e *PSBQ*), embora tenham sido coeficientes de correlação considerados fracos (Hair et al., 2009). Por fim, foram correlacionadas as medidas de comportamentos pró-sociais com cada outra, observando-se coeficientes moderadamente altos (Anastasi & Urbina, 2000), indicando a validade convergente (Pasquali, 2003).

Em suma, conclui-se que foram reunidas evidências satisfatórias em prol da validade e precisão das medidas que foram testadas nesta pesquisa, apoiando a concepção unifatorial dos comportamentos pró-sociais. No entanto, como toda pesquisa esta também não está isenta de limitações. Destaque-se, principalmente, que a baixa precisão da *Escala de Desejabilidade Social*, formada por apenas oito itens, mas que suas correlações com as medidas de desejabilidade social foram corrigidas por atenuação (imprecisão da medida). Destaca-se, nesta oportunidade, que a *PS-5* se constituiu na medida mais adequada para os propósitos da presente tese, sobretudo em razão de ser curta (apenas cinco itens; por exemplo, “Compartilho minhas coisas com meus amigos”; “Eu tento ajudar os outros”), focar unicamente comportamentos pró-sociais, ser unifatorial e precisa.

4.2. Estudo 2. Letra de Música Pró-social, Afetos Positivos e Comportamentos Pró-sociais

Primeiramente, realizou-se um estudo piloto com a *Escala de Excitação Percebida* (*Perceived Arousal Scale*; Anderson, Deuser & DeNeve, 1995), formada por 24 itens/palavras, que mede *arousal* (*excitabilidade*; $\alpha = 0,91$) (Anexo XIV). As músicas para os grupos experimental e controle foram pré-testadas no que diz respeito à quantidade de excitação percebida, usando-se a referida medida. Esta variável (*arousal*) tem sido controlada nos estudos sobre efeitos de letras de músicas que foram realizados com base no *GAM* (Anderson et al., 2003) e *GLM* (Greitemeyer, 2009a,b) com o fim de dirimir possíveis dúvidas quanto aos efeitos de músicas no comportamento, pois podem ser mediados tanto por sentimentos e pensamentos como por *arousal*.

No presente caso, utilizou-se esta medida com 34 estudantes universitários da Universidade de Brasília com o fim de verificar se as músicas “Help” e “Octopus’ Garden” despertariam quantidades diferentes de *arousal*. Verificou-se que a média do grupo experimental ($m = 3,2$, $dp = 0,55$) foi maior do que a do grupo controle ($m = 3,0$, $dp = 0,66$), mas, como esperado, esta diferença não foi estatisticamente significativa [$t(30) = 0,811$, $p = 0,423$, $d = 0,27$]. Estas músicas, portanto, não se diferenciam na quantidade de *arousal* percebido. Tal resultado era esperado uma vez que compreendem músicas com ritmos semelhantes, além de que este resultado foi anteriormente verificado por Greitemeyer (2009a). Relatado o resultado deste piloto, expõe-se a seguir o *Estudo 2*.

O presente estudo trata-se de um delineamento experimental no qual se buscou verificar o efeito de letras de músicas com mensagens pró-sociais no comportamento pró-social. Elaboraram-se quatro hipóteses alternativas (H_1):

1^a H_1 : Os participantes expostos a letras de músicas pró-sociais apresentarão mais comportamentos pró-sociais.

Especificamente, de acordo com o *GLM*, espera-se que as músicas com letras pró-sociais produzam mais afetos positivos e que estes gerem mais comportamentos pró-sociais. Coerente com esta conjectura, formularam-se as três seguintes hipóteses:

2^a H_1 : A letra de música pró-social levará a mais afetos positivos.

3^a H_1 : Os afetos positivos mediarão a relação entre letra de música pró-social e comportamentos pró-sociais.

4^a H_1 : Os efeitos de letra de música pró-social serão mediados pelos afetos positivos e moderados por variáveis pessoais (preferência musical convencional, agradabilidade e/ou autoestima).

Portanto, esta última hipótese sugere um modelo de mediação moderada (Preacher, Rucker & Hayes, 2007), que precisará ser testado. Como forma de facilitar a compreensão do leitor, descreve-se a seguir, na Figura 6, este modelo.

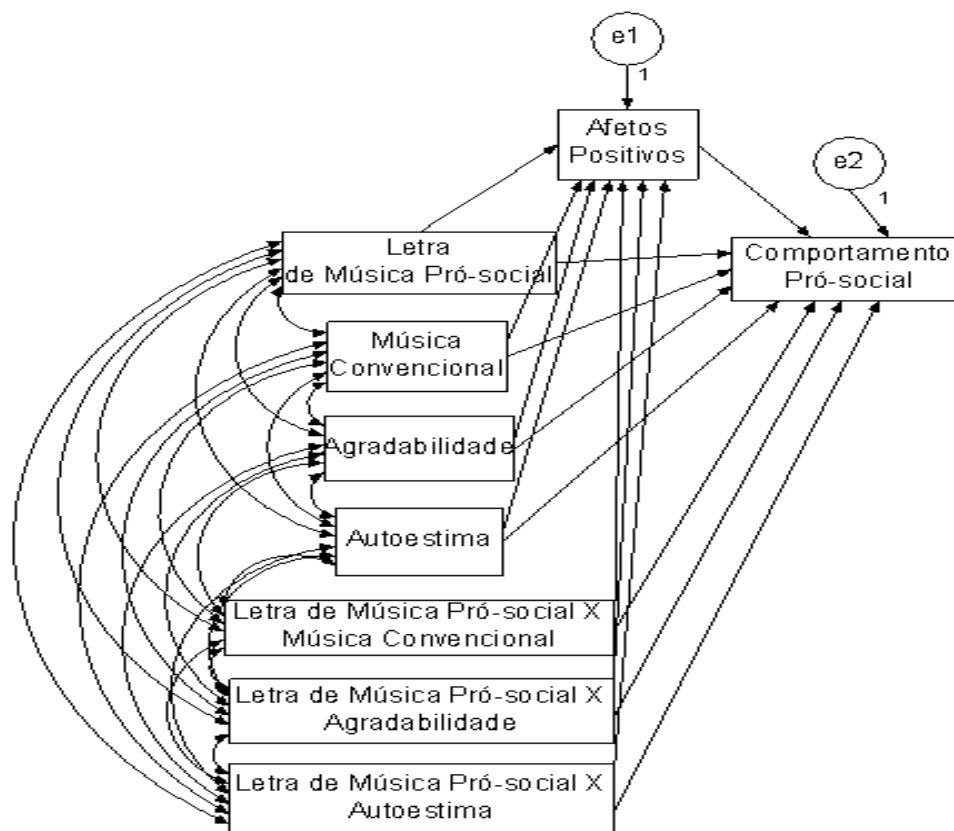


Figura 6. Modelo de mediação moderada - Estudo 2

4.2.1. Método

4.2.1.1. Participantes

A amostra deste estudo foi formada por 65 estudantes de graduação da Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa (PB). Os participantes formaram com base no tipo de letra de música (pró-social e neutra, respectivamente) os grupos experimental ($n = 33$) e controle ($n = 31$). A maioria da amostra foi formada por mulher (72,3%), com média de idade de 22 anos ($dp = 6,16$), solteira (87,7%) e do curso de Psicologia (49,2%).

4.2.1.2. Materiais

Letras de músicas. Foi utilizada uma letra de música com conteúdos de comportamentos pró-sociais (*Help*, do grupo *Beatles*; Anexo XII) e uma letra de música neutra (*Octopus' Garden*, também do grupo *Beatles*, Anexo XIII).

4.2.1.3. Instrumento

Os participantes responderam um livreto composto por um conjunto de medidas autoadministráveis, tipo lápis e papel, como seguem:

Nova Escala de Preferência Musical (NEPM). Este instrumento resultou da combinação de duas medidas prévias empregadas no contexto brasileiro para avaliar preferências musicais, sendo uma dirigida ao contexto do Nordeste (*Escala de Preferência Musical, EPM*; Pimentel et al., 2007) e outra compreendendo uma adaptação brasileira da *Short Test of Music Preference (STOMP*; Rentfrow & Gosling, 2003). Especificamente, a *NEPM* compreende um total de 18 itens/estilos musicais (*blues*, *fórró*, *funk*, *heavy metal*, *jazz*, *MPB*, música clássica, música eletrônica, música religiosa, música romântica, música sertaneja, *pagode*, *pop music*, *punk*, *rap*, *reggae*, *rock* e *samba*), representados pelos estilos musicais, sendo respondidos em escala de sete pontos, variando de **1 = Detesto** a **7 = Gosto Muito** (Anexo VII). Estudos prévios verificaram coeficientes de precisão alfa de Cronbach de 0,66 para o fator música convencional formado pelos estilos *pop music*, música religiosa e sertaneja (Pimentel et al., 2007) e de 0,59 (*Upbeat* & convencional) formado pelos estilos *country*, *gospel*, *pop music* e trilhas sonoras (Gouveia et al., 2008) e precisão teste reteste = 0,89 (Rentfrow & Gosling, 2003). No presente caso, considera-se unicamente a escala de *música convencional*, que integra a *NEPM*, estando formada pelos estilos *música religiosa*, *música romântica*, *pop music* e *música sertaneja*. Esta escala foi pensada como parte do modelo teórico que será testado.

Escala de Autoestima de Rosenberg (Rosenberg Self Esteem Scale – RSES; Rosenberg, 1965). Trata-se de uma escala breve, formada por dez itens apenas, que são respondidos em escala tipo Likert, de quatro pontos, variando de **1 = Discordo totalmente** a **4 = Concordo totalmente**. Neste sentido, quanto maior a pontuação, mais autoestima a pessoa relata ter. Um exemplo de item é “Eu sinto que tenho muitas qualidades positivas”. Considerando a avaliação global da autoestima, certamente a *RSES* é um dos instrumentos dos mais utilizados em pesquisas (Romano et al., 2007). Estes autores verificaram, por meio de uma análise dos componentes principais, uma estrutura bidimensional que explicou 46% da variância total, tendo seus fatores alfas de Cronbach de 0,63 e 0,74. Esta estrutura ganhou apoio empírico quando realizada uma análise fatorial confirmatória, embora tais fatores tenham se mostrado correlacionados. Outros pesquisadores relataram índices de consistência variando de 0,76 (recomendável) a 0,88 (bom) (Garcia, 2009; Sbicigo et al., 2010). Garcia ainda verificou validade convergente da *RSES* com uma escala destinada a medir valores

materiais. Ressalta-se que em seu estudo esta autora utilizou uma versão da *RSES* com nove itens e escala de resposta com cinco pontos, variando de **1** = *Discordo totalmente* a **5** = *Concordo totalmente*. No presente estudo esta versão é tida em conta (Anexo VIII), tendo apresentado consistência interna coerente com estudos prévios ($\alpha = 0,87$; λ^2 de Guttman = $0,87$).

Inventário dos Cinco Grandes Fatores de Personalidade (Big Five Inventory, BFI; John & Srivastava, 1999). Trata-se de uma medida utilizada para a mensuração dos cinco grandes fatores da personalidade, formada por 44 itens, que tem sido amplamente usada (Schimitt, 2008). No presente estudo é utilizado apenas o fator de *agradabilidade*, que está formado por nove itens (por exemplo, “É atencioso e gentil com quase todos”; “Às vezes é rude com os outros”). Com o fim de respondê-los, a pessoa precisa primeiramente ter em conta a seguinte frase: “Eu me vejo como alguém que...”, que é seguida das palavras ou frases correspondentes, indicando sua resposta em escala de cinco pontos, variando de **1** = *Discordo totalmente* a **5** = *Concordo totalmente* (Anexo IX). Esta medida apresentou evidências de validade convergente com o *NEO – FFI* e o *TDA*, porém, vale destacar, o *BFI* é mais curto do que estes dois (John & Srivastava, 1999), motivo que justifica sua utilização em várias pesquisas, envolvendo mais de 50 países, incluindo o Brasil (Schimitt, 2008; Schimitt et al., 2007). Os coeficientes de precisão nestas culturas variaram de 0,67 a 0,70 para o fator *agradabilidade* (Schimitt et al., 2007), embora John e Srivastava (1999) relatem alfa de Cronbach de 0,79 para dito fator. Recentemente, este inventário foi adaptado para o Brasil com base na *teoria de resposta ao item (TRI)*, considerando-se uma amostra de 5.089 respondentes das cinco regiões (Andrade, 2008). Neste caso, o fator de *agradabilidade* apresentou consistência interna acima do que tem sido recomendado ($\alpha = 0,76$; λ^2 de Guttman = $0,77$).

Inventário de Personalidade de Dez Itens (TIPI; Gosling et al., 2003). Trata-se de uma medida breve dos cinco grandes fatores de personalidade, estando formada por apenas dez itens avaliados em escala que varia de **1** = *Discordo totalmente* a **7** = *Concordo totalmente*. O participante deve responder com base no estímulo: “Eu me vejo como alguém...”, seguindo os itens (por exemplo, “Crítico, briguento”; “Simpático, acolhedor”) (Anexo X). Esta medida foi desenvolvida por Gosling et al. (2003) para ser uma alternativa, quando o tempo é limitado, de mensuração dos cinco grandes fatores da personalidade e está sendo utilizada em estudos no contexto nacional (Pimentel & Seco, 2011). No estudo original, seus autores verificaram confiabilidade teste-reteste variando de 0,62 a 0,77 e correlações com o *BFI* variando de 0,65 a 0,87. No *TIPI* o fator *agradabilidade* apresentou $\alpha = 0,37$ (λ^2 de Guttman = $0,33$) na presente tese, embora é preciso ter cautela em sua interpretação, uma vez que está formado por apenas dois itens; a propósito, quando tais itens foram reunidos com aqueles do *BFI*, o valor correspondente subiu para 0,81 (λ^2 de Guttman = $0,80$).

Escala de Afetos Positivos e Negativos (Positive Affect and Negative Affect Schedule, PANAS; Watson et al., 1988). Esta é uma medida destinada a avaliar afetos negativos e positivos (dimensões de humor) em 20 itens respondidos em escala de cinco pontos, variando de **1** = *Muito pouco ou nada*

a **5** = *Extremamente*. No presente estudo serão utilizados apenas os dez itens da *Escala de Afetos Positivos* (Anexo XI). Suas instruções sobre como responder sugerem avaliar os afetos no momento, hoje, poucos dias atrás, na semana, poucas semanas atrás, no ano e geralmente. Os autores explicaram que os afetos positivos como a medida que alguém se sente alerta, ativo ou entusiasmado, ou seja, um estado de bom humor, de prazer. O coeficiente de precisão (alfa de Cronbach) deste fator, quando de seu desenvolvimento, foi 0,84 quando não se diferenciou em termos de tempo decorrido. Entretanto, no que diz respeito ao estado no momento, interesse da presente pesquisa, o fator de Afetos Positivos da *PANAS* resultou em coeficiente inclusive maior ($\alpha = 0,89$). No que diz respeito à validade, verificou-se que os dois fatores teorizados, isto é, Afetos Positivos e Afetos Negativos, explicaram conjuntamente acima de 60% da variância total. Além destes resultados, a versão em português da *PANAS*, adaptada para o presente estudo, foi testada por Galinha e Pais-Ribeiro (2005), tendo tais autores encontrado alfa de 0,86 para os afetos positivos. Nesta tese seu alfa foi de 0,84 (λ^2 de Guttman = 0,52).

Escala de Pró-sociabilidade. Foi utilizada a escala de comportamento pró-social com melhores parâmetros psicométricos de acordo com o *Estudo 1*. Portanto, foi utilizada a *PS* de Caprara et al. (2005), que apresentou alfa de Cronbach de 0,89 na versão com 16 itens e de 0,84 na forma reduzida, com cinco itens (*PS-5*). Na presente pesquisa a versão abreviada desta escala foi utilizada, cujo alfa de Cronbach foi de 0,85 (λ^2 de Guttman = 0,85) (Anexo IV).

Questionário sociodemográfico e Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Empregaram-se as mesmas perguntas de caracterização da amostra e termo de consentimento descritos no *Estudo 1*. A propósito, na primeira folha foram indicados os pesquisadores e instituição responsáveis pela pesquisa, com endereço para contato, seguido do termo de consentimento livre e esclarecido; e no final do instrumento constam as perguntas sobre a idade, sexo, estado civil, nível socioeconômico e religiosidade. Por fim, apresentou-se uma questão controle, que buscava saber, na percepção do respondente, em que medida concordava ou discordava que a letra de música tida em conta tratava de comportamentos pró-sociais, sendo as respostas dadas em escala de cinco pontos, variando de **1** = *Concordo totalmente* a **5** = *Discordo totalmente*.

4.2.1.4. Procedimento

Iniciou-se a busca por salas de aula de cursos de graduação da universidade para participar do estudo. Os participantes foram testados coletivamente em ambiente de sala de aula com a anuência do professor, porém suas respostas foram individuais. No grupo experimental foi apresentada a letra de música pró-social, com a música original em aparelho de som, e a letra da música distribuída em folha de papel A4 para os estudantes acompanharem as versões original e traduzida.

Os participantes responderam depois as questões das medidas de autorrelato acima descritas (*NEPM*, *RSES*, *TUPI* e *Escala de Agradabilidade do BFI*). Os participantes foram instruídos que se tratava de uma pesquisa sobre os efeitos da música na resolução de tarefas e, que após ouvirem e lerem a letra daquela música, responderiam algumas questões relacionadas a esta atividade. No grupo de controle os participantes passaram pelas mesmas etapas implementadas no grupo experimental, sendo que com letra de música neutra. Ao fim, foram realizados os agradecimentos pela participação da pesquisa e o *debriefing*.

4.2.1.5. Análise dos Dados

Os dados foram analisados buscando verificar se existiam diferenças entre as médias em comportamentos pró-sociais dos grupos expostos à letra de músicas pró-social e neutra, assim como os afetos positivos e o item de checagem da manipulação. Para tanto, utilizou-se análise de variância múltipla (MANOVA). Para verificar se existiam diferenças em arousal no estudo piloto, utilizou-se teste *t* de *Student*. Mas, buscou-se verificar ainda efeitos de mediação e mediação moderada por meio do *Amos 7*. As demais análises, incluindo descritivas, foram realizadas com o *SPSS 15* para *Windows*®. Com este programa também foram feitas as análises de componentes principais (PCAs), calculadas as correlações de Pearson e os alfas de Cronbach dos diversos fatores das medidas avaliadas.

4.2.2. Resultados

Verificaram-se, inicialmente, três *outliers* univariados no banco de dados, mas decidiu-se mantê-los para não diminuir a amostra. De acordo com a distância de Mahalanobis, não se verificou qualquer *outlier* multivariado. Como havia um percentual ínfimo de *missing values* (<1%), decidiu-se substituí-los pela média.

Em razão da escassez de informações sobre os parâmetros psicométricos de algumas medidas, demanda-se conhecê-los para os seguintes instrumentos: *Escala de Música Convencional*, *Escala de Agradabilidade* e *Escala de Afetos Positivos*. Lembrando, estas não tinham sido avaliadas anteriormente no contexto brasileiro como medidas independentes, separadas das demais que compõem a escala geral correspondente. Portanto, primeiramente são reunidas as evidências psicométricas sobre estas medidas e, posteriormente, apresentam-se os resultados relativos aos testes de hipóteses.

Inicialmente, procurou-se conhecer a estrutura fatorial da *Escala de Música Convencional*. Esta medida está formada por apenas quatro estilos musicais / itens, teoricamente correspondendo a uma estrutura unidimensional. Neste sentido, fez-se uma *PCA* solicitando um único fator [*KMO* = 0,41 e *Teste de Esfericidade de Bartlett*, $\chi^2(6) = 30,39$, $p < 0,001$]. Este apresentou valor próprio (*eigenvalue*) de 1,58, com seus itens saturando entre 0,45 (*pop music*) e 0,68 (*música religiosa*)

(saturação média de 0,62), explicando 39,6% da variância total. Seu alfa de Cronbach foi de 0,48 (λ^2 de Guttman = 0,53).

Passo seguinte, realizou-se uma *PCA* com a *Escala de Agradabilidade* com o fim de checar seus parâmetros psicométricos. Seus resultados, sem fixar rotação e número de fatores a extrair, indicou $KMO = 0,72$ e *Teste de Esfericidade de Bartlett*, $\chi^2(36) = 138,20$, $p < 0,001$, que apóiam a realização desta análise. Verificaram-se dois fatores com *eigenvalues* de 3,22 e 1,48, explicando 52,2% da variância total, apresentando cargas fatoriais variando de -0,60 a 0,78. A distribuição gráfica dos valores próprios é apresentada na Figura 7 a seguir.

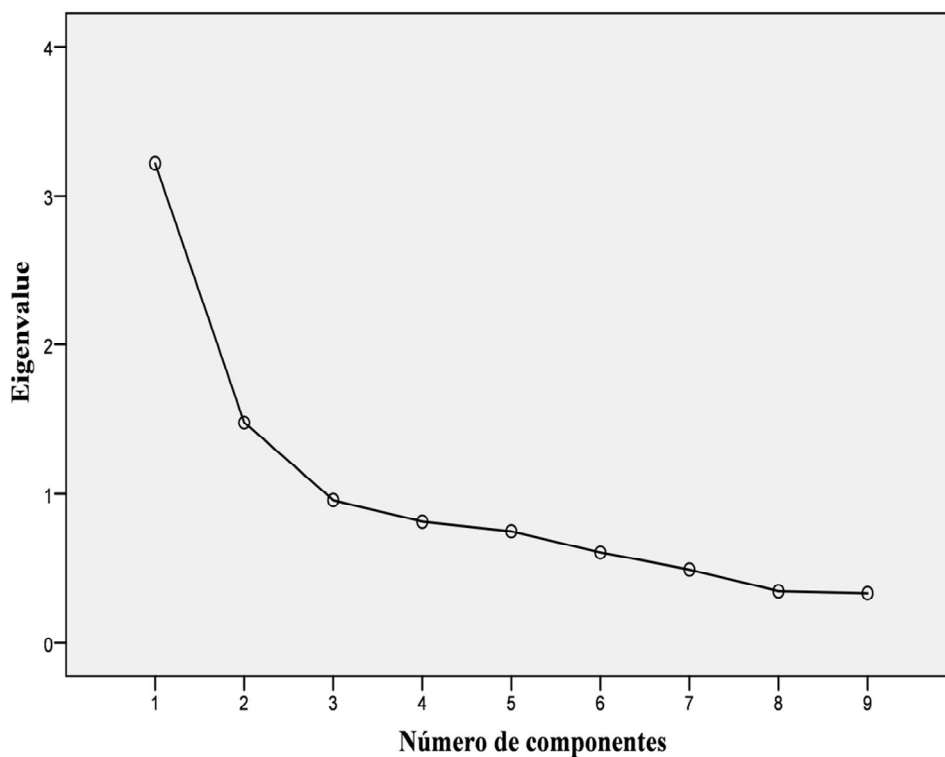


Figura 7. Gráfico scree da Escala de Agradabilidade

O gráfico *scree* desta figura confirma a existência de dois fatores, tendo sido corroborado pela *AP*. No entanto, decidiu-se realizar uma nova análise, fixando-se um único fator (componente). Os resultados desta análise são apresentados na Tabela 3 a seguir. Coerentemente, todas as cargas fatoriais se mostraram satisfatórias ($\lambda > |0,30|$). Ademais, verificou-se um coeficiente de precisão também razoável, considerando os nove itens da escala ($\alpha = 0,76$; λ^2 de Guttman = 0,77).

Tabela 3. Estrutura fatorial da Escala de Agradabilidade

Itens	Fator	H²
Eu me vejo como alguém que...		
1)...tende a encontrar defeitos nos outros*.	-0,57	0,33
2)...é colaborador e ajuda os outros.	0,51	0,26
3)...inicia brigas com os outros*.	-0,60	0,36
4)...tem a natureza de perdoar.	0,60	0,36
5)...é geralmente confiável.	0,59	0,35
6)...pode ser frio e distante*.	-,622	0,39
7)...é atencioso e gentil com quase todos.	0,78	0,61
8)...às vezes é rude com os outros*.	-0,45	0,21
9)...gosta de cooperar com os outros.	0,60	0,36
Número de itens	9	
% variância explicada	35,74	
alfa de Cronbach	0,76	

* itens invertidos

Os resultados da *PCA* com a *Escala de Afetos Positivos*, sem fixar rotação e número de fatores a se extrair, indicou $KMO = 0,79$ e *Teste de Esfericidade de Bartlett*, $\chi^2(45) = 250,09$, $p < 0,001$, recomendando a realização deste tipo de análise. No caso, emergiram três fatores com *eigenvalues* de 4,28, 1,21 e 1,02, explicando conjuntamente 65% da variância total, tendo seus itens apresentado cargas fatoriais variando de -0,41 a 0,85. O gráfico *scree*, mostrado na Figura 8, sugere até quatro fatores.

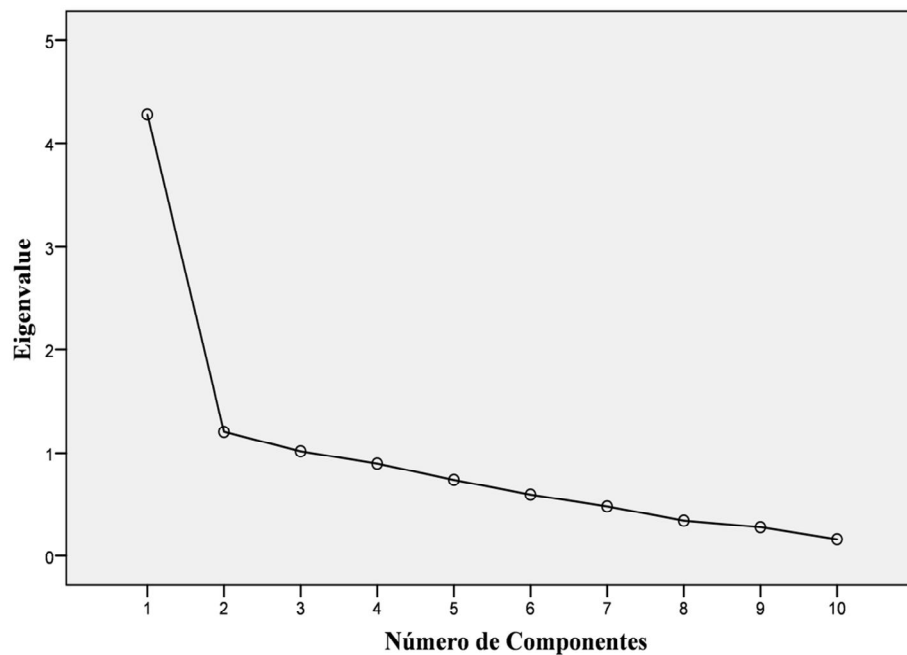


Figura 8. Gráfico scree da Escala de Afetos Positivos

Apesar destes achados, decidiu-se realizar uma *AP*, que apresentou os seguintes eigenvalues: 1,67, 1,44, 1,28, 1,14 e 1,02. Desta forma, recomenda-se extrair um único fator. Portanto, realizou-se uma nova *PCA*, fixando-se a extração de uma estrutura unifatorial. Os resultados desta análise são apresentados na Tabela 4 a seguir. Conforme é possível observar, todas as cargas fatoriais foram satisfatórias ($\lambda > |0,30|$). Além disso, verificou-se um índice de precisão adequado, considerando o conjunto de dez itens que compõe esta escala ($\alpha = 0,84$; λ^2 de Guttman = 0,52).

Tabela 4. Estrutura fatorial da Escala de Afetos Positivos

Itens	Fator	h^2
Interessado	0,71	0,50
Animado	0,77	0,59
Inspirado	0,59	0,34
Enérgico	0,68	0,47
Determinado	0,67	0,44
Amável	0,32	0,10
Entusiasmado	0,85	0,72
Orgulhoso	0,54	0,30
Alerta	0,58	0,33
Ativo	0,70	0,50

Número de itens	10
% variância explicada	42,8
alfa de Cronbach	0,84

Chegado a este ponto, apresentam-se as análises de comparação de médias com vista testar as hipóteses deste estudo. Inicialmente, verificou-se que os participantes expostos à letra de música pró-social relataram mais comportamentos pró-sociais ($m = 3,8$, $dp = 0,85$) do que aqueles expostos à letra de música neutra ($m = 3,7$, $dp = 0,74$). Por outro lado, verificou-se que os participantes expostos à letra de música pró-social apresentaram mais afetos positivos ($m = 3,4$, $dp = 1,41$) do que os expostos à letra de música neutra ($m = 3,0$, $dp = 0,68$). De acordo com a MANOVA, tendo a letra de música como variável antecedente e os comportamentos pró-sociais e afetos positivos como variáveis dependentes, não se verificou efeitos multivariados da letra de música ($F [3, 61] = 1,736$, $p = 0,169$, λ de Wilks = $0,921$, $\eta^2 = 0,08$, Poder = $0,43$) nem efeitos univariados especificamente nos comportamentos pró-sociais ($F [1, 63] = 0,102$, $p = 0,750$, $\eta^2 = 0,00$, Poder = $0,06$) e afetos positivos ($F [1, 63] = 2,207$, $p = 0,142$, $\eta^2 = 0,03$, Poder = $0,31$). Deste modo, não se corroborou $1^a H_I$, segundo a qual a letra de música pró-social levaria a mais comportamentos pró-sociais. Também não se corroborou a segunda hipótese ($2^a H_I$), que previa que a letra de música pró-social levaria a mais afetos positivos. Neste sentido, tais resultados são interessantes para uma análise qualitativa na medida em que as diferenças nas médias se deram na direção desejada, apesar de não terem sido estatisticamente significativas.

Realizou-se análise de mediação moderada por meio de Bootstrap com 5.000 reamostragens. Não se verificou moderação da preferência musical convencional ($-0,06$, $p = 0,69$), agradabilidade ($-0,11$, $p = 0,59$) e autoestima ($0,20$, $p = 0,33$) na mediação conjecturada. Porém, se verificou que os afetos positivos mediam os efeitos da letra de música pró-social nos comportamentos pró-sociais ($0,09$, $p = 0,08$). Verificaram-se, portanto, efeitos indiretos marginalmente significativos da letra de música nos comportamentos pró-sociais; assim, o modelo de mediação proposto pôde ser corroborado. Portanto, foi corroborada a $3^a H_I$ que predizia que os afetos positivos mediarão a relação entre letra de música pró-social e comportamentos pró-sociais, mas não se corroborou a $4^a H_I$ segundo a qual os efeitos de letra de música pró-social seriam mediados pelos afetos positivos e moderados por variáveis pessoais.

Com o objetivo de melhor entender os dados da presente pesquisa, procurou-se calcular a correlação de Pearson entre os pares de variáveis deste estudo. Tais resultados podem ser observados na Tabela 5 a seguir.

Tabela 5. Correlações entre as variáveis do estudo

	<i>m</i>	<i>dp</i>	1	2	3	4	5	6
1. Letra de Música			1					
2. Música Convencional	4,91	1,03	0,15	1				
3. Agradabilidade	4,03	0,60	0,01	0,17	1			
4. Autoestima	3,97	0,69	0,10	0,25*	0,18	1		
5. Afetos Positivos	3,19	1,12	0,18	0,15	0,17	0,31*	1	
6. Comportamento pró-social	3,75	0,79	0,04	0,09	0,49*	0,13	0,32*	1

Nota: * $p < 0,05$ (teste bicaudal). Letra de Música (**1** = Pró-social, **0** = Neutra).

É interessante destacar que os comportamentos pró-sociais se correlacionaram positivamente com a agradabilidade ($r = 0,49$, $p < 0,05$) e afetos positivos ($r = 0,32$, $p < 0,05$), assim como as correlações entre autoestima e música convencional ($r = 0,25$, $p < 0,05$) e afetos positivos ($r = 0,31$, $p < 0,05$). Considerando que a variável letra de música se trata de uma variável dicotômica, foi realizada uma nova análise, de correlação ponto bisserial, entre esta variável e as demais, mas os resultados se replicaram.

Chechagem da Manipulação

Buscou-se realizar a checagem da manipulação, perguntando-se aos participantes até que ponto a letra de música era considerada pró-social, no grupo experimental e no grupo de controle. Os resultados mostram que a letra de música pró-social foi percebida como mais pró-social ($m = 3,6$, $dp = 0,94$) do que a letra de música neutra ($m = 3,1$, $dp = 1,11$), sendo esta diferença estatisticamente significativa ($F [1, 63] = 3,876$, $p = 0,05$, $\eta^2 = 0,06$, Poder = 0,49). Este resultado era esperado, mostrando que a manipulação foi efetiva na medida em que produziu resultados distintos na percepção das letras de músicas.

4.2.3. Discussão Parcial

De acordo com o *GLM* (Buckley & Anderson, 2006), esperar-se-ia que a letra de música pró-social, considerada uma variável situacional, influenciasse os comportamentos pró-sociais. Precisamente, este padrão pôde ser observado no presente estudo, quando as pessoas expostas a este tipo de letra relataram mais comportamentos pró-sociais do que os que se submeteram a letra de música neutra. Contudo, ressalta-se que a diferença, embora na direção esperada, não foi estatisticamente significativa.

Entretanto, quando se consideraram as correlações entre os pares de variáveis tratadas, sobretudo em relação aos comportamentos pró-sociais, foi possível observar resultados bastante consistentes, indicando, por exemplo, que jovens que pontuam alto neste tipo de comportamentos

também o fizeram em *agradabilidade* e *afetos positivos*. De fato, Penner et al. (2005), analisando fatores em nível micro de análise, ressaltaram a congruência destas duas variáveis na composição de um padrão pró-social. Neste sentido, os achados descritos foram bastante consistentes. Foram verificadas também correlações entre a autoestima e a preferência por música convencional, que compreende a música sertaneja, música religiosa, música romântica e *pop music*. No contexto estadunidense, Rentfrow e Gosling (2003) verificaram que a preferência pelos estilos *country*, *pop*, religiosa e trilhas-sonora, *rap/hip-hop*, *soul/funk* e *dance*/eletrônica se correlacionaram positivamente com a autoestima. Ademais, se verificou correlação positiva entre a autoestima e os afetos positivos, como se tem verificado em outro contexto utilizando-se também a *PANAS* e a *Escala de Autoestima de Rosenberg* (Brown & Marshall, 2001).

Há que se dizer que um dos problemas potenciais deste estudo diga respeito às medidas empregadas. Concretamente, como foi possível observar, os índices de consistência interna não foram perfeitos, sendo ainda mais limítrofe para a medida de *música convencional*. Neste caso, decidiu-se empregar também o λ^2 de Guttman como uma alternativa para avaliá-la, uma vez que este tem sido recomendado para avaliar a precisão de instrumentos psicológicos compostos por poucos itens, assim como com amostras reduzidas de participantes (Tellegen & Laros, 2004). Porém, neste momento é preciso ressaltar que a medida do construto convencional se apresentou satisfatória ($\alpha = 0,66$) em estudo prévio (Pimentel et al., 2007), o que animou empregá-la nesta pesquisa e pensar que poderá reunir melhores achados em outros estudos. Sua consistência interna na casa de 0,50 pode ser considerada ao menos com intuito de realizar pesquisas (Schmitt, 1996), considerando o número de participantes (Peterson, 1994; Yurdugül, 2008) e, sobretudo, se forem tidos em conta o número reduzido de itens (quatro) (Nunnally, 1970; Pasquali, 2003).

Por fim, apesar de algumas evidências favoráveis ao *GLM* (Greitemeyer, 2009a,b, 2011) no que diz respeito aos efeitos de letras de música pró-sociais, na presente pesquisa este modelo não pôde ser plenamente corroborado. No entanto, verificou-se que os efeitos de letras de músicas em comportamentos pró-sociais se manifestaram de modo indireto, quando teve-se em conta a *rota afetiva* proposta pelo *GLM*. Neste sentido, verificou-se que a letra de música pró-social provocou afetos positivos e que estes por sua vez provocaram comportamentos pró-sociais medidos através da escala de autorrelato, tendo sido verificados efeitos marginalmente significativos (Guadagno, 2010). Neste sentido, estes resultados são consistentes com aqueles de North et al. (2004) e Fried e Berkowitz (1979).

Com o fim de realizar uma replicação sistemática desse estudo, busca-se no próximo estudo considerar especificamente uma medida de observação direta do comportamento, isto é, doação em dinheiro, que tem sido empregado em estudos prévios (Greitemeyer, 2009a,b; Jacob et al., 2010). Por fim, decidiu-se considerar outra rota igualmente proposta por tal modelo, correspondendo à *cognitiva*. O estudo a seguir representa um teste adicional do *GLM* para os efeitos de letra de música pró-social;

também se decidiu mudar a própria letra da música, optando por uma em português, com artistas brasileiros.

4.3. Estudo 3. Letra de Música Pró-Social, Pensamentos e Comportamento Pró-sociais

No *Estudo 2* foram considerados afetos positivos e comportamentos pró-sociais, como avaliado por meio de medida de autorrelato. Diferentemente, no presente estudo a ênfase foi em considerar pensamentos pró-sociais e um comportamento pró-social específico, correspondendo a doação efetiva de dinheiro para uma instituição de caridade. Permaneceu a manipulação referente ao tipo de letra de música (pró-social vs neutra).

Preliminarmente, prévia a realização do estudo em si, decidiu-se realizar um estudo piloto, cujo objetivo foi verificar se as músicas provocavam diferenças nas quantidades de *arousal*. Para tanto, utilizou-se a *Escala de Excitação Percebida* ($\alpha = 0,92$) em 38 estudantes universitários de Aracaju (SE). De acordo com a análise realizada, verificou-se que as músicas “Caridade” ($m = 3,3$, $dp = 0,62$) e “Feitiço da Vila” ($m = 3,5$, $dp = 0,71$) não produziram diferenças estatisticamente significativas na quantidade de *arousal* percebido [$t(34) = 0,85$, $p = 0,40$, $d = 0,43$]. Portanto, como era esperado, não houve diferença em termos de *arousal* entre as duas músicas, indicando que compartilham ritmos semelhantes, não sendo uma explicação para os efeitos de letra de música em comportamento pró-social. Desta feita, descreve-se a seguir o *Estudo 3*.

Este estudo procura replicar o anteriormente descrito, tendo objetivo geral semelhante. Entretanto, ao invés de medir os afetos positivos, procura-se verificar se a acessibilidade a pensamentos pró-sociais funciona como variável mediadora dos efeitos da exposição à letra de música pró-social em comportamento pró-social. Ademais, diferentemente do prévio, lembrando, o comportamento pró-social (de ajuda) foi observado diretamente, evitando nesta oportunidade tratar com uma medida de autorrelato.

Tomando em conta os achados previamente descritos e, sobretudo, considerando o marco teórico da *GLM*, elaboraram-se quatro hipóteses alternativas, como são a seguir descritas:

- 1^a H_1 : Os participantes expostos à letra de música pró-social apresentarão mais comportamentos pró-sociais.
- 2^a H_1 : Os participantes expostos à letra de música pró-social formarão mais palavras (pensamentos) pró-sociais do que aqueles expostos à letra de música neutra.
- 3^a H_1 : Os pensamentos pró-sociais mediarão a relação entre letra de música pró-social e comportamento pró-social.
- 4^a H_1 : Os efeitos de letra de música pró-social serão mediados pelos pensamentos pró-sociais e moderados por variáveis pessoais (preferência musical convencional, agradabilidade e/ou autoestima).

Como é possível apreender, estas hipóteses correspondem essencialmente àquelas descritas para o *Estudo 2*, excetuando-se a inclusão de pensamentos pró-sociais no lugar dos afetos positivos e

a variável de comportamento pró-social, que neste caso foi observada diretamente. Quanto à última hipótese, apresenta-se a seguir na Figura 9 um resumo do modelo de mediação moderada, visando facilitar a compreensão do leitor.

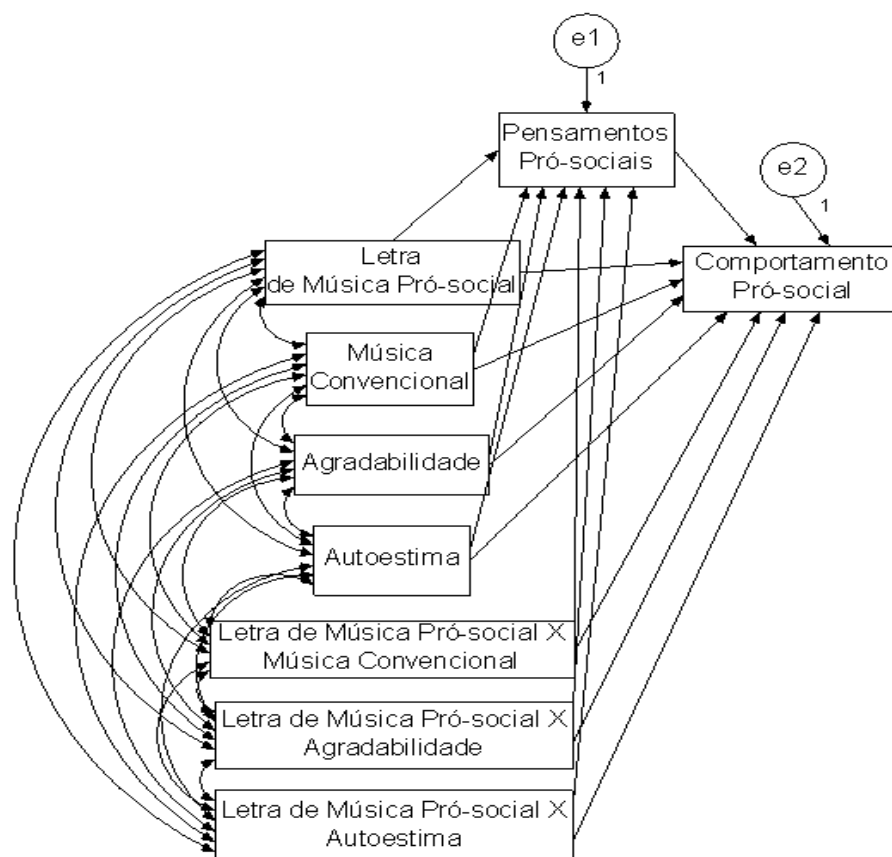


Figura 9. Modelo de mediação moderada - Estudo 3

4.3.1. Método

4.3.1.1. Participantes

Contou-se com a participação de 43 estudantes de graduação de uma universidade particular da cidade de Aracaju (SE). Os participantes foram escolhidos para formar os grupos experimental ($n = 20$) e controle ($n = 23$), segundo o tipo de letra de música: pró-social e neutra, respectivamente. A maioria destes participantes é formada por mulheres (95,3%), com média de idade de 22 anos ($dp = 3,65$), solteira (86%) e do curso de Psicologia (53,5%). Tratou-se de uma amostra de conveniência (não probabilística).

4.3.1.2. Materiais

Letras de músicas. Foram utilizadas letras de músicas em português com o fim de aumentar a validade ecológica do estudo. A letra de *música pró-social* foi *Caridade* (de Nelson Cavaquinho; Anexo XVI) e a letra de *música neutra* foi *Feitiço da Vila* (de Noel Rosa; Anexo XVII).

4.3.1.3. Instrumentos

Foi utilizado o mesmo questionário do estudo anterior, com exceção da *PANAS*, que foi substituída pela tarefa de completar palavras (Anderson et al., 2003) (Anexo XV). Esta tarefa foi traduzida para o português pelo autor desta tese com base em fragmentos que podem formar palavras pró-sociais ou palavras neutras (Greitemeyer, 2009a,b). No presente estudo, os coeficientes de consistência interna das medidas foram como seguem: *Escala de Música Convencional* ($\alpha = 0,31$ e λ^2 de Guttman = 0,45), *Escala de Agradabilidade* do *BFI* ($\alpha = 0,51$ e λ^2 de Guttman = 0,55), *fator de agradabilidade* do *TIPI* ($\alpha = 0,50$ e λ^2 de Guttman = 0,41), composição dos itens de agradabilidade destes dois instrumentos ($\alpha = 0,66$ e λ^2 de Guttman = 0,72) e *Escala de Autoestima* ($\alpha = 0,75$ e λ^2 de Guttman = 0,77). Em favor da precisão, utilizou-se a escala geral de *agradabilidade*, formado pelas duas medidas previamente citadas.

4.3.1.4. Procedimento

Foi realizado o mesmo procedimento de buscar salas de aula para um experimento em psicologia social. Neste estudo, após a exposição às músicas e preenchimento das medidas de autorrelato para aferir a preferência musical, autoestima e agradabilidade, os participantes responderam à tarefa de completar palavras (Anexo XVI). Uma vez completada esta tarefa, o experimentador fez os agradecimentos pela participação na pesquisa e perguntou se eles poderiam doar algum dinheiro, independente da quantia, para o *Grupo de Apoio a Crianças com Câncer de Sergipe (GACC)*. Foi realizado o *debriefing* e os agradecimentos pela colaboração na pesquisa. No grupo controle os participantes passaram pelas mesmas etapas, porém com letra de música neutra. Todos assinaram termo de consentimento livre e esclarecido (Anexo I). Em média, 30 minutos foram suficientes para concluir sua participação no estudo. Destaque-se que o dinheiro arrecadado foi doado efetivamente para o *GACC*.

4.3.1.5. Análise dos Dados

A análise dos dados também foi realizada da mesma forma que no estudo anterior, buscando verificar se existiam diferenças nas médias dos grupos experimental e controle através de análise de variância múltipla (MANOVA) e se as variáveis de interesse se correlacionariam com cada outra, ocasião em que foi empregado o coeficiente *r* de Pearson. Todas as análises foram realizadas com o

SPSS 15 para Windows®; pensava-se empregar o Amos 7 para testar o modelo de mediação moderada, mas, por razões adiante descritas, não se levou a cabo a análise correspondente.

4.3.2. Resultados

Inicialmente, verificaram-se dois *outliers* univariados, porém não se encontrou qualquer *outlier* multivariado. Decidiu-se, então, manter tais casos no banco de dados devido ao tamanho reduzido da amostra. Encontraram-se menos de 1% de *missing values*, o que motivou substituí-los pela média.

Verificou-se que os participantes do grupo experimental fizeram mais doação em dinheiro (R\$ 19,75) do que aqueles do grupo controle (R\$ 12,45). Estes valores foram obtidos por grupo e não tendo em conta os participantes individualmente. Neste sentido, decidiu-se calcular as porcentagens destes valores em razão do total doado (R\$ 32,20), comparando-as; neste caso, observou-se $t(38) = 1,48, p = 0,07$ (teste unicaudal). Portanto, evidencia-se uma diferença na direção esperada em favor do grupo experimental, embora a um p apenas menor que 0,10. Portanto, corroborou-se a primeira hipótese alternativa ($1^a H_1$) segundo a qual os participantes expostos à letra de música pró-social apresentariam mais comportamentos pró-sociais.

De acordo com a MANOVA, tendo a letra de música como variável antecedente e os pensamentos pró-sociais e o item de checagem de manipulação como variáveis dependentes, e se verificou efeitos multivariados da letra de música ($F[2, 40] = 3,386, p = 0,04, \lambda$ de Wilks = 0,855, $\eta^2 = 0,15$, Poder = 0,61). Verificou-se, ainda, que se formaram mais palavras pró-sociais (pensamentos pró-sociais) no grupo experimental ($m = 6,9, dp = 2,28$) em comparação com o grupo de controle ($m = 6,6, dp = 2,19$). No entanto, não se verificaram efeitos univariados estatisticamente significativos nos pensamentos pró-sociais ($F[1, 41] = 0,125, p = 0,72, \eta^2 = 0,00$, Poder = 0,06). Deste modo, não se corroborou $2^a H_1$ que predizia que os participantes expostos à letra de música pró-social formariam mais palavras (pensamentos) pró-sociais do que aqueles expostos à letra de música neutra.

Com o fim de melhor entender os dados, calcularam-se as correlações entre letra de música, música convencional, agradabilidade, autoestima e pensamentos pró-sociais. No entanto, só se verificou correlação significativa entre música convencional e agradabilidade ($r = 0,37, p < 0,05$), como é possível observar na Tabela 6 a seguir.

Tabela 6. Correlações entre letra de música, música convencional, agradabilidade, autoestima e pensamentos pró-sociais

	<i>m</i>	<i>dp</i>	1	2	3	4
1. Letra de Música						
2. Música Convencional	5,36	0,91	0,23			

3. Agradabilidade	4,01	0,49	-0,14	0,37*		
4. Autoestima	3,92	0,61	0,14	0,14	0,21	
5. Pensamentos Prós sociais	6,72	2,21	0,06	0,16	-0,13	0,12

Nota: * $p < 0,05$. (teste bicaudal)

O presente estudo demonstrou que a letra de música pró-social provocou mais doação em dinheiro do que a letra de música neutra. Verificou-se, ainda, que os participantes expostos à letra de música neutra formaram mais palavras pró-sociais em comparação àqueles do grupo exposto à letra de música neutra. Porém, estes resultados não foram estatisticamente significativos a um $p < 0,05$; porém, ressalta-se que no caso específico do comportamento pró-social de doar dinheiro para uma instituição de caridade, tal valor foi marginalmente significativo. Foi realizada uma correlação ponto bisserial entre estas variáveis, tendo em conta que a variável letra de música é dicotômica; porém, os mesmos resultados apresentados previamente foram observados.

Checagem da Manipulação

Com o fim de checar a manipulação efetuada, os participantes dos grupos experimental e controle foram solicitados a responder até que ponto a letra de música era considerada pró-social. Os resultados mostram que a letra de música pró-social foi percebida como mais pró-social ($m = 4,2$, $dp = 1,28$) do que a letra de música neutra ($m = 3,3$, $dp = 0,83$), e esta diferença foi estatisticamente significativa ($F [1, 41] = 6,862$, $p = 0,01$, $\eta^2 = 0,14$, Poder = 0,73). Este resultado era esperado, indicando que a manipulação exerceu o efeito previsto uma vez que os participantes lograram distinguir as letras de músicas.

4.3.3. Discussão Parcial

Uma vez mais, coerente com o que prevê o *GLM* (Buckley & Anderson, 2006), a variável situacional letra de música pró-social foi capaz de fomentar um comportamento pró-social, como pode ser doar dinheiro para uma instituição de caridade (Greitmeyer, 2009a,b). Isso, de certo modo, corroborou a primeira hipótese deste estudo. Porém, o p foi marginalmente significativo (Guadagno, 2010), e a direção da diferença foi a esperada. Contudo, a segunda hipótese não pôde ser corroborada, assim, não foi possível afirmar que participantes expostos à letra de música pró-social formaram mais palavras pró-sociais do que o fizeram aqueles do grupo exposto à letra de música neutra. Neste caso, quiçá, uma explicação seja o tipo de tarefa, com a qual os participantes do estudo podem não estar acostumados. Porém, também pode dever-se ao tipo de estímulo apresentado (a música pró-social), razão que demanda replicar este achado.

Os resultados anteriores não permitem indicar que o *GLM* não é adequado; simplesmente não foi observado um efeito esperado da variável situacional tipo de letra de música. Além disso, há que indicar que duas outras hipóteses que auxiliariam na sua testagem não puderam ser postas à prova:

$3^{\text{a}}H_1$ (modelo de mediação) e $4^{\text{a}}H_1$ (modelo de mediação moderada). Esta realidade, de fato, traduziu-se como a limitação principal deste estudo, que correspondeu à forma de coleta de dados. Concretamente, o estudo foi inicialmente pensando em um laboratório, onde se testaria os sujeitos individualmente (favorecendo que se calculassem médias e desvios padrões dos participantes) e facilitando o controle de diversas variáveis. No entanto, por razões exteriores a esta pesquisa este laboratório não pôde ficar pronto no tempo da coleta de dados, impossibilitando o estudo, que teve de ser adaptado para a situação de sala de aula. Neste sentido, a medida comportamental (doação de dinheiro) foi obtida para o grupo como um todo; os participantes, evitando constrangimento, decidiram fazer a doação coletiva. Portanto, este aspecto impediu de serem testados os modelos de mediação e mediação moderada (Preacher et al., 2007).

Quanto às correlações entre os pares de variáveis do estudo, verificou-se correlação positiva entre *agradabilidade* e preferência por *música convencional*. Este achado foi muito similar ao constatado por Rentfrow e Gosling (2003) no contexto estadunidense, empregando outra medida de preferência musical, porém considerando o fator de agradabilidade do *BFI*. Precisamente, eles observaram uma correlação de 0,24 entre estes dois construtos. Mais recentemente, Delsing, Bogt, Engels e Meeus (2008) realizaram um estudo com 1.044 adolescentes, que responderam uma medida de 30 marcadores dos *big Five*, de Lewis R. Goldberg, e onze itens do *Musical Preference Questionnaire (MPQ)*; Sikkema, 1999). Neste caso, encontraram quatro fatores de preferência musical: *rock*, *urbana*, *pop/dance* e *elite*. Esta última é a mais próxima da medida considerada no presente estudo, reunindo os estilos *jazz*, *gospel* e *música clássica*, tendo se correlacionado diretamente com o fator de agradabilidade ($r = 0,13-0,16, p < 0,001$).

Finalmente, como o comportamento pró-social é esperado que se correlacione com a agradabilidade (Penner et al., 2005) e este, por sua vez, está correlacionado com a preferência por música convencional, é pertinente esperar que a adesão a este estilo de música esteja também correlacionado (direta ou indiretamente) com o comportamento pró-social. Pode-se mesmo pensar que este tipo de preferência constitui a personalidade pró-social que descreve este autor. Este aspecto reforça seguir tendo em conta tal variável, testando-a como moderadora no próximo estudo. Por certo, em relação ao próximo estudo, introduz-se uma variável nova: teve-se em conta letra de música antissocial em lugar da pró-social, aspecto que é detalhado a seguir.

4.4. Estudo 4. Letra de Música Antissocial, Pensamentos e Comportamento Pró-sociais

Como ocorreu nos estudos prévios, inicialmente foi realizado um estudo piloto cujo objetivo foi verificar se as músicas provocavam diferenças na quantidade de *arousal*, segundo as pontuações obtidas na *Escala de Excitação Percebida* ($\alpha = 0,93$), que foi administrada a 43 estudantes de uma universidade pública de Aracaju (SE). De acordo com a análise realizada, verificou-se que as músicas “Porrada” ($m = 3,4$, $dp = 0,63$) e “AA UU” ($m = 3,2$, $dp = 0,68$) não produziram diferenças estatisticamente significativas na quantidade de *arousal* percebido [$t(38) = 0,84$, $p = 0,41$, $d = 0,25$]. Este resultado era esperado uma vez que compreendem músicas com ritmos semelhantes. Descartada a possibilidade de influência do nível variável de excitabilidade das músicas, passa-se a seguir a descrever o *Estudo 4*.

O objetivo deste estudo foi verificar os efeitos de letra de música antissocial (com conteúdo violento) e neutra em pensamentos e comportamento pró-sociais. Ressalta-se que, de momento, nenhuma pesquisa foi encontrada em que se considerasse letra de música antissocial como preditora de comportamentos pró-sociais, constituindo-se, assim, um elemento novo no presente estudo. A propósito, formularam-se as seguintes hipóteses:

- $1^{\text{a}}H_1$: Os participantes expostos à letra de música antissocial apresentarão menos comportamento pró-social do que aqueles expostos à letra de música neutra.
- $2^{\text{a}}H_1$: Os participantes expostos à letra de música antissocial apresentarão menos pensamentos pró-sociais em comparação com os que conformam o grupo controle.
- $3^{\text{a}}H_1$: Os efeitos da letra de música antissocial em comportamento pró-social serão mediados por pensamentos pró-sociais.
- $4^{\text{a}}H_1$: Os efeitos da letra de música antissocial em comportamento pró-social serão mediados por pensamentos pró-sociais, sendo esta mediação moderada por variáveis pessoais.

Com relação a esta última hipótese, isto é, de mediação moderada, apresenta-se a seguir, na Figura 10, um esquema geral que pretende facilitar a compreensão do leitor acerca das variáveis envolvidas.

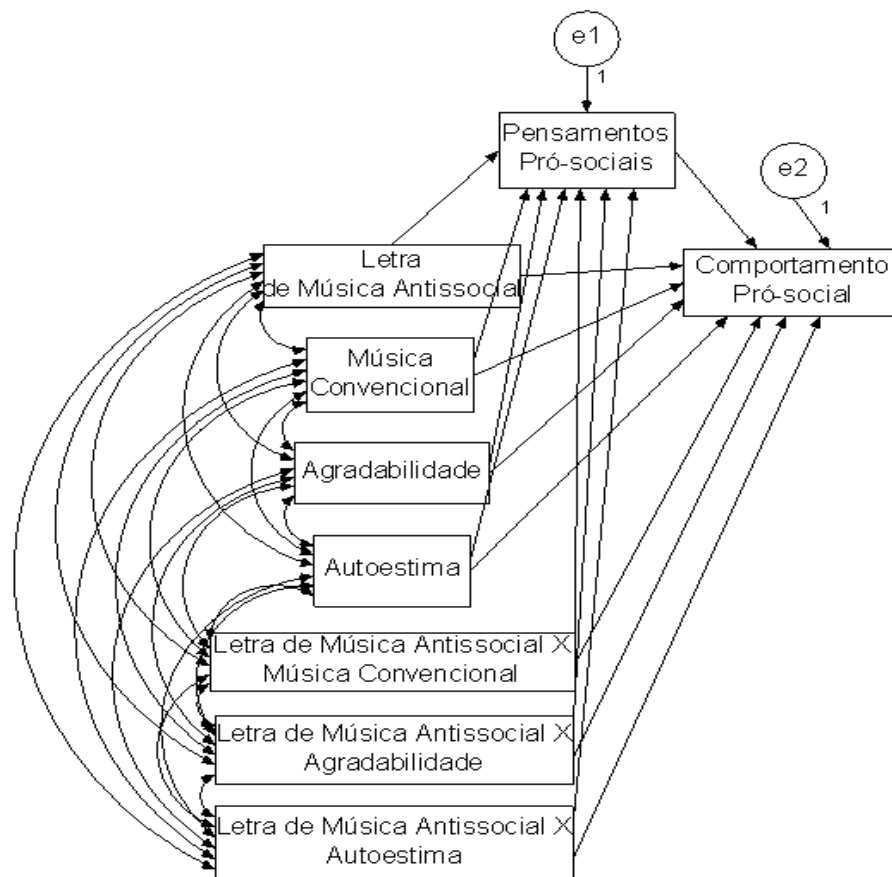


Figura 10. Modelo de mediação moderada - Estudo 4

4.4.1. Método

4.4.1.2. Participantes

Contou-se com uma amostra de 66 estudantes universitários de uma instituição pública de João Pessoa (PB), sendo igualmente distribuídos nos grupos controle (exposto à letra de música neutra) e experimental (exposto à letra de música antissocial). A maioria dos participantes foi mulher (75,5%), solteira (90,9%) e do curso de Psicologia (92,4%), apresentando idade média de 22 anos ($dp = 6,86$). Tratou-se de amostra de conveniência, não probabilística.

4.4.1.3. Materiais

Letras de músicas. Foi utilizada a letra de música antissocial *Porrada* (Anexo XVIII; Titãs, 1986). No grupo de controle, utilizou-se uma música sem conteúdo violento, dita neutra, especificamente a música *AA UU* (Anexo XIX; Titãs, 1986).

4.4.1.4. Instrumentos

Todos os participantes foram submetidos à tarefa de completar palavras. Além disso, responderam em que medida consideravam que a música ouvida tinha um conteúdo antissocial (violento); neste caso, responderam em escala de cinco pontos, variando de **1** = *Nada violento* a **5** = *Muito violento*. Eles também responderam a escalas para medir as variáveis pessoais desta tese: *Escala de Música Convencional* ($\alpha = 0,69$; λ^2 de Guttman = 0,69), indicadores de *agradabilidade* [fator de *agradabilidade* do *TIPI* ($\alpha = 0,51$; λ^2 de Guttman = 0,47) e *BFI* ($\alpha = 0,71$; λ^2 de Guttman = 0,75)], cuja pontuação total resultou em alfa de Cronbach de 0,76 (λ^2 de Guttman = 0,79), e a *Escala de Autoestima* ($\alpha = 0,87$; λ^2 de Guttman = 0,87), descritas no *Estudo 2*, e uma pergunta, no final do questionário, sobre quantas questões estariam dispostos a responder em outra pesquisa, sendo dadas as opções de 1 a 80 questões; a quantidade de questões que os participantes estariam dispostos a responderem foram tomadas como uma medida de comportamento de ajuda, de acordo com procedimento de Cunningham (1979). Finalmente, todos responderam a perguntas sociodemográficas (sexo, idade e estado civil).

4.4.1.5. Procedimento

Procurou-se inicialmente contatar os professores responsáveis pelas disciplinas, solicitando o espaço da sala de aula para efetuar o estudo. A pesquisa foi realizada neste ambiente coletivo, porém as respostas dos participantes foram individuais. Informou-se que sua participação seria voluntária, assegurando-se, ademais, seu anonimato. Prévia a colaboração na pesquisa, demandava-se que assinassem um termo de consentimento livre e esclarecido (Anexo I). No caso do estudo em si, após serem expostos (*grupo experimental*) à letra de música antissocial, os participantes responderam os instrumentos previamente descritos. No caso daqueles do *grupo controle*, passaram por exatamente as mesmas etapas, porém foram expostos à letra de música neutra. Ao final foram dirigidos os agradecimentos de praxe e realizado o *debriefing*.

4.4.1.6. Análise dos Dados

As análises dos dados foram realizadas por meio dos programas *SPSS 15* e *Amos 7*, ambos para Windows®. Além de estatísticas descritivas, calcularam-se teste *t* de *Student* para verificar se existiam diferenças de *arousal* no estudo piloto e análise de variância múltipla (MANOVA) para verificar se as médias dos grupos experimental e controle diferiam em termos dos pensamentos e comportamento pró-sociais e na checagem da manipulação. Também foram calculadas correlações *r* de Pearson entre as variáveis pessoais e o tipo de letra de música (**1** = *Antissocial*, **0** = *Neutra*). Por fim, testaram-se os modelos de mediação e mediação moderada.

4.4.2. Resultados

Inicialmente, verificaram-se quatro *outliers* univariados e nenhum multivariado. Decidiu-se, portanto, manter estes casos para não diminuir o tamanho da amostra. Encontraram-se 1,4% de *missing values*, decidindo-se, assim, substituí-los pelas médias respectivas.

Quanto aos achados principais, comprovou-se que os participantes expostos à letra de música antissocial apresentaram menos comportamentos pró-sociais ($m = 54,1$, $dp = 26,10$) do que aqueles expostos à letra de música neutra ($m = 54,7$, $dp = 24,56$). Por outro lado, observou-se que os participantes expostos à letra de música antissocial apresentaram menos pensamentos pró-sociais ($m = 5,7$, $dp = 2,12$) em comparação com os expostos à letra de música neutra ($m = 6,6$, $dp = 2,01$). De acordo com a MANOVA, tendo a letra de música como variável antecedente e os comportamentos pró-sociais e pensamentos pró-sociais como variáveis dependentes, não se verificou efeitos multivariados da letra de música ($F [2, 60] = 1,574$, $p = 0,205$, λ de Wilks = 0,926, $\eta^2 = 0,07$, Poder = 0,39) nem efeitos univariados especificamente nos comportamentos pró-sociais ($F [1, 61] = 0,009$, $p = 0,924$, $\eta^2 = 0,00$, Poder = 0,05), mas marginalmente significativo nos pensamentos pró-sociais ($F [1, 61] = 3,161$, $p = 0,08$, $\eta^2 = 0,05$, Poder = 0,42). Este resultado pode ser mais facilmente visualizado na Figura 11.

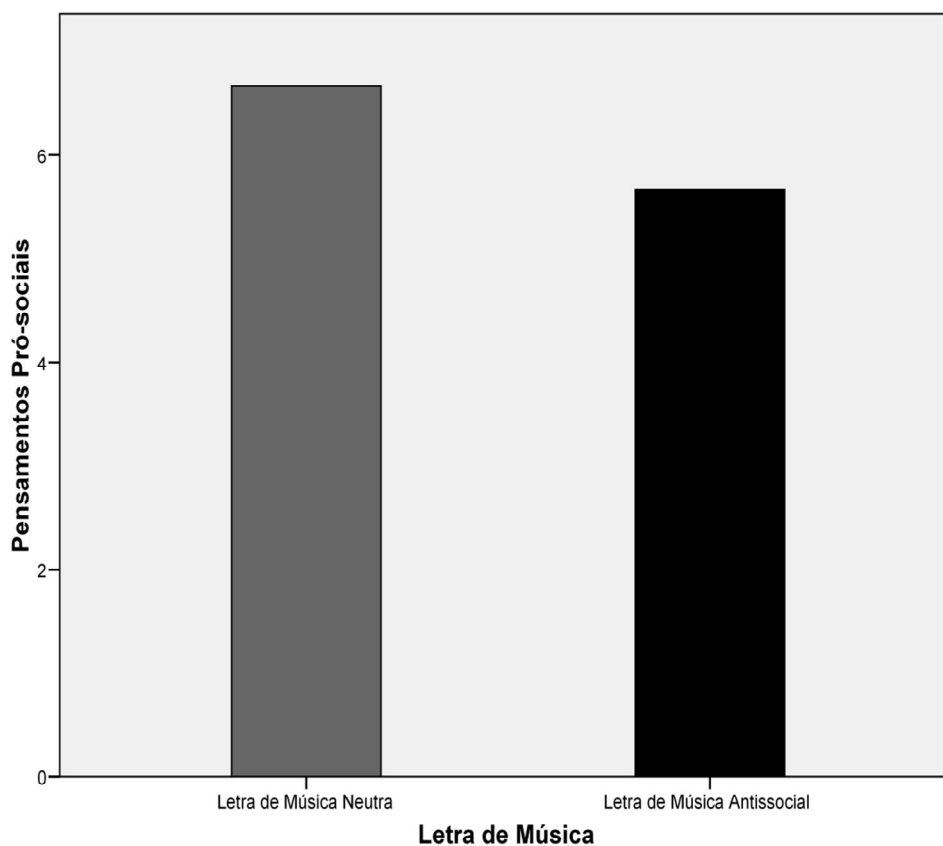


Figura 11. Médias em Pensamentos Pró-sociais por Letra de Música

Deste modo, não foi possível corroborar $1^a H_1$ segundo a qual os participantes expostos à letra de música antissocial apresentariam menos comportamento pró-social do que aqueles expostos à letra de música neutra. Mas foi corroborada $2^a H_1$ que predisse que os participantes expostos à letra de música antissocial apresentariam menos pensamentos pró-sociais em comparação com os que conformam o grupo controle.

Testou-se um modelo de mediação moderada por meio do método *Bootstrap* com 5.000 reamostragens, tendo a *preferência musical*, a *agradabilidade* e a *autoestima* como moderadores da mediação dos pensamentos pró-sociais nos efeitos das letras de músicas em comportamento pró-social, porém não se verificou efeito estatisticamente significativo. Portanto, não se comprovou efeito das três variáveis pessoais como moderadoras a mediação hipotetizada: *música convencional* (-0,20, $p = 0,325$), *agradabilidade* (0,22, $p = 0,364$) e *autoestima* (-0,13, $p = 0,535$). De forma similar, não se verificou mediação dos pensamentos pró-sociais na relação entre letras de músicas e comportamento pró-social (0,03, $p = 0,836$). Em razão desses resultados não se corroborou $3^a H_1$ segunda a qual os efeitos da letra de música antissocial em comportamento pró-social seriam mediados por pensamentos pró-sociais e $4^a H_1$ de acordo com a qual os efeitos da letra de música antissocial em comportamento pró-social seriam mediados por pensamentos pró-sociais, sendo esta mediação moderada por variáveis pessoais.

Finalmente, com o fim de detalhar estes achados, procurou-se realizar uma análise de correlação com as variáveis do estudo, conforme se pode observar na Tabela 7.

Tabela 7. Correlações entre as variáveis do estudo

	<i>m</i>	<i>dp</i>	1	2	3	4	5
1. Letra de Música							
2. Música Convencional	4,7	1,24	-0,13				
3. Agradabilidade	4,0	0,58	-0,19	0,17			
4. Autoestima	3,9	0,70	-0,25*	0,29*	0,40*		
5. Pensamentos Pró- sociais	6,2	2,12	-0,24	-0,05	0,04	0,06	
6. Comportamento Pró-social	54,4	25,15	-0,01	-0,07	0,19	0,07	0,01

Nota: * $p < 0,05$ (bicaudal).

De acordo com esta tabela, a autoestima foi a única a se correlacionar com as demais variáveis, como seguem: *letra de música* ($r = -0,25$, $p < 0,05$), *música convencional* ($r = 0,29$, $p < 0,05$) e *agradabilidade* ($r = 0,40$, $p < 0,01$). No entanto, não se verificou qualquer correlação com o comportamento ou os pensamentos pró-sociais. Estes resultados se repetiram ao se realizar uma correlação ponto bisserial.

Checagem da Manipulação

Com o fim de checar a manipulação efetuada, formulou-se a seguinte pergunta: em que medida você considera esta letra de música como violenta? Os participantes do grupo experimental (música antissocial) avaliaram a letra de música como mais violenta ($m = 3,1$, $dp = 1,28$) do que o fizeram aqueles do grupo controle (letra neutra) ($m = 2,7$, $dp = 0,94$), porém esta diferença não foi estatisticamente significativa ($F [1, 61] = 1,838$, $p = 0,180$, $\eta^2 = 0,03$, Poder = 0,27).

4.4.3. Discussão parcial

Como estabelecido pelo *GLM* (Buckley & Anderson, 2006), variáveis situacionais, especificamente a letra de música poderia interagir com as variáveis pessoais para influenciar comportamentos pró-sociais através da rota cognitiva, considerando pensamentos pró-sociais.

Verificou-se que os participantes expostos à letra de música antissocial apresentaram menos comportamentos pró-sociais do que os expostos à letra de música neutra, mas esta diferença não foi estatisticamente significativa. Isto não corrobora a primeira hipótese deste estudo segundo a qual os participantes expostos às letras de música antissocial apresentariam menos comportamentos pró-sociais. Consequentemente, este dado não é favorável ao modelo considerado. Porém, verificou-se que os participantes expostos a letra de música antissocial apresentaram menos pensamentos pró-sociais em comparação aos expostos à letra de música neutra, sendo uma diferença estatisticamente significativa. O que corrobora, portanto, a segunda hipótese deste estudo de acordo com a qual os participantes expostos à letra de música antissocial apresentariam menos pensamentos pró-sociais em comparação ao grupo controle. Este resultado estende aqueles anteriormente encontrados para os efeitos de letras de músicas antissociais em pensamentos, sentimentos e comportamentos antissociais (Anderson et al., 2003; Ballard, Dodson & Bazzini, 1999; Lennings & Warburton, 2011) mas que não estudaram a diminuição de pensamentos ou comportamentos pró-sociais.

Uma vez que o modelo de mediação testado não foi corroborado, a terceira hipótese deste empreendimento não foi corroborada e nem a quarta, baseada no modelo de mediação moderada, tendo a preferência musical, agradabilidade e autoestima como moderadores da mediação dos pensamentos pró-sociais nos efeitos das letras de músicas nos comportamentos pró-sociais. Estes resultados não são favoráveis ao modelo de acordo com o qual a variável situacional, letra de música, interagiria com variáveis pessoais (Buckley & Anderson, 2006).

Uma explicação possível para a falta de efeitos significativos das letras de músicas é que a manipulação não exerceu seu efeito. Mesmo que as diferenças na checagem da manipulação tenham sido no sentido esperado, destaque-se que não foram diferenças significativas. Ou seja, indica-se que o conteúdo da letra de música antissocial não foi percebido como mais violento do que o conteúdo da letra de música neutra. No entanto, é também possível que uma parcela da amostra não tenha prestado

a atenção necessária para o item de checagem de manipulação, uma vez que este se encontra no final do questionário e é respondido bem depois da exposição à letra de música.

Verificou-se ainda que a autoestima se correlacionou com a *letra de música* de modo inverso, significando que quanto menos autoestima maior era a probabilidade dos sujeitos participarem do grupo exposto a letra de música antissocial. Com base neste resultado pode-se especular que após ouvirem a música antissocial os participantes se avaliaram mais negativamente devido às mensagens transmitidas pela letra de música. Ademais, como no *Estudo 2*, verificou-se correlação positiva da autoestima com a preferência por *música convencional* assim como com a *agradabilidade*. Neste sentido, já foi encontrada uma correlação sutil entre preferência musical e autoestima no contexto estadunidense (Rentfrow & Gosling, 2003). Estes autores, utilizando a *Escala Abreviada de Preferência Musical* composta por 14 gêneros musicais (STOMP; para uma versão em português do Brasil veja Gouveia et al., 2008), encontraram que o fator *Upbeat & Convencional* (composto pelos estilos *country*, *pop*, religiosa e trilhas-sonora) e *Energético & Rítmico* (que compreende os estilos *rap/hip-hop*, *soul/funk* e *dance/eletrônica*) se correlacionaram positivamente com a autoestima. No entanto, destaque-se que no presente estudo se encontrou um coeficiente de correlação entre preferência musical e autoestima maior do que aqueles encontrados por Rentfrow e Gosling.

A respeito das correlações entre autoestima e agradabilidade, já foi verificado num estudo conduzido pela Internet, que a autoestima se correlacionou positivamente com a agradabilidade numa amostra de 326,641 indivíduos variando de 9 a 90 anos de idade (Robins, Tracy, Trzesniewski, Potter & Gosling, 2001). No entanto, no presente estudo se observou um coeficiente de correlação maior (0,40) do que o anteriormente reportado (0,13, Robins et al., 2001). Portanto, além do objetivo principal de conhecer o efeito de letra de música antissocial em pensamentos e comportamentos pró-sociais, o presente estudo traz ainda contribuições para se entender as relações entre autoestima e personalidade considerando uma amostra de estudantes brasileiros. Na continuação, é realizada a discussão geral deste trabalho.

5. Discussão Geral

A importância da pessoa inserida na situação é um dos postulados mais fundamentais de toda a psicologia social e tal importância também é levada em consideração neste empreendimento. Buscou-se operacionalizar tal importância estudando traços de personalidade, autoestima e preferência por tipo de música, assim como o efeito de letras de músicas pró e antissociais.

Os achados apresentados neste nesta tese não corroboram a maioria das hipóteses formuladas. O propósito principal foi testar os efeitos de letras de músicas em comportamentos pró-sociais, tendo em conta o papel moderador de variáveis pessoais e mediador daquelas afetiva e cognitiva. Para tanto, baseou-se o suporte teórico no *GLM* (Buckley & Anderson, 2006), o qual tem se apresentado como um modelo útil para se entender o efeito de letras de música em comportamentos antissociais e pró-sociais (Greitemeyer, 2009a,b, 2011a). Entretanto, ao menos no contexto em que esta tese se desenvolveu, não foi possível confirmar sua adequação, isto é, os efeitos esperados não se fizeram evidentes. Procura-se a seguir tratar os resultados principais, cotejando os quatro estudos.

No *Estudo 1* pôde-se adaptar e conhecer evidências de validade de medidas úteis para aferir o comportamento pró-social. Neste sentido, destaca-se que, quiçá, esta tenha sido uma das contribuições mais relevantes desta pesquisa, isto é, disponibilizar no contexto brasileiro medidas que possam avaliar a magnitude com que jovens adolescentes e adultos apresentam comportamentos pró-sociais. Este parece um aspecto destacável, uma vez que os instrumentos a respeito ainda são escassos no país e o que tem foi empregado com crianças, avaliando não especificamente tais comportamentos (Assis et al., 2009; Neves, 2007; Saud & Tonelotto, 2005; Scheuer & Assumpção, 2008; Tanaka & Ribeiro, 2009).

No *Estudo 2* não se pôde verificar o impacto de letra de música pró-social no comportamento pró-social autorrelatado. De igual modo, não se verificou o impacto desta letra em afetos positivos. No entanto, se comprovou o modelo de mediação, segundo o qual os afetos positivos mediarão a relação entre letra de música pró-social e o comportamento pró-social autorrelatado. Destaque-se neste sentido que já se verificou que o comportamento de ajuda foi influenciado pela música por meio da mediação do humor (North et al., 2004). E Fried e Berkowitz (1979) verificaram experimentalmente, sem ter em conta a letra propriamente, que música calma levou a mais comportamento pró-social do que música aversiva, música estimulante ou nenhuma música. Verificaram também o efeito da música no humor e que sentir-se bem leva a comportamentos pró-sociais. Além do mais, Greitemeyer (2009b) também verificou o papel mediador da rota afetiva do *GLM* nos efeitos de letras de músicas pró-sociais em comportamentos pró-sociais, verificando especificamente a importância da empatia. Por fim, na presente tese, não se corroborou o modelo de mediação moderada, segundo o qual variáveis pessoais moderariam esta mediação.

No *Estudo 3* foi verificado que os participantes que foram expostos à letra de música pró-social realizaram maior doação em dinheiro para um grupo de apoio a crianças com câncer em

comparação àqueles participantes que foram expostos à letra de música neutra. Este resultado, embora apenas marginalmente significativo (Guadagno, 2010), corrobora as pesquisas realizadas por Greitemeyer (2009a,b) em laboratório e aquela levada a cabo por Jacob et al. (2010) em situação de campo que deram apoio ao *GLM*. Por outro lado, não se verificou impacto deste tipo de letra de música em pensamentos pró-sociais. Quiçá, um aspecto a considerar, neste caso, seja o tamanho da amostra, requerendo, no futuro, ter este aspecto em conta. Porém, é necessário ainda ponderar o tipo de medida de pensamento, que, em última instância, é pouco refinada, limitando-se a número de palavras listadas. Neste caso, sugere-se em pesquisas futuras pensar em outras alternativas ou procedimentos, a exemplo de trabalhar com tempo de reação, tipicamente empregado em pesquisas com *priming* ou testes de associação implícita (Greenwald, McGhee & Schwartz, 1998).

No *Estudo 4* foi observado que a letra de música antissocial não diminuiu o comportamento pró-social em comparação com a letra de música neutra. Neste sentido, vale lembrar que já se verificou que vídeo-games violentos diminuíssem a empatia e comportamentos pró-sociais (Anderson et al, 2010; Bushman & Anderson, 2009). Baseado num ponto de vista semelhante, era de se esperar que a letra de música violenta diminuísse os comportamentos pró-sociais, o que não ocorreu. Porém, pôde-se comprovar que a letra de música antissocial diminuiu a acessibilidade a pensamentos pró-sociais em comparação com o grupo controle. Este achado parece congruente, pois, de fato, pensamentos e atitudes antissociais, espera-se, opõem-se àqueles pró-sociais, considerando-se as letras de músicas deste tipo (Greitemeyer, 2011a). Contudo, não foi possível corroborar que letra de música antissocial impactaria em comportamento pró-social por meio da mediação de pensamentos pró-sociais, assim como não foram observadas evidências de que o modelo de mediação moderada seria adequado, sugerindo que as variáveis pessoais moderariam a mediação conjecturada. Não se descarta, entretanto, tratar-se de um modelo complexo para o conjunto de observações, apesar de ter sido empregado o recurso de reamostragem. Neste sentido, poder-se-á, no futuro, ampliar a amostra, revisar os instrumentos empregados ou, inclusive, redefinir o modelo proposto.

A despeito das explicações alternativas, não se nega também que a letra de música pró-social pode não ter exercido seu efeito direto em comportamentos pró-sociais (*Estudo 2*) devido não ser uma mídia influente como se pensava. No entanto, notaram-se seus efeitos indiretos, por meio dos afetos positivos. De igual modo, é possível que o efeito da letra de música pró-social não se dê em âmbito cognitivo (*Estudo 3*), mas que o efeito de letras de músicas antissociais afete sim este âmbito, ocorrendo a diminuição de pensamentos pró-sociais (*Estudo 4*). Todos os estudos de teste de efeito de letras de músicas em comportamentos pró-sociais (*Estudos 2 ao 4*) fizeram uso do engodo. Mesmo que esta prática possa ser criticada por alguns pesquisadores, justifica-se seu uso uma vez que se os sujeitos conhecessem o real objetivo do estudo poderia ocorrer o fenômeno de reatância.

Considerando o conjunto destes resultados, inevitavelmente, demanda-se realizar um comentário pontual. Concretamente, tem-se verificado na psicologia uma tendência acentuada de se

reportar apenas resultados “positivos”, isto é, hipóteses que sempre se confirmam; de fato, os resultados que são sempre estatisticamente significativos parecem ser uma tendência nesta área, de modo que os estudos que têm levado a resultados negativos simplesmente desaparecem da ciência (Fanelli, 2011). Pode-se mesmo dizer que este quadro tem levado à distorção do conhecimento psicológico, como se tudo tivesse, necessariamente, que ser confirmado. Este comentário, a propósito, não é desculpa ou justificativa para os achados anteriormente apresentados, mas uma indagação que visa mostrar que também os resultados “negativos”, os que não se corroboram, têm um papel, direcionando os estudos futuros e favorecendo repensar os então realizados.

Tendo em mente o comentário prévio, há que se dizer que esta tese não nega a importância da música na vida das pessoas, que tem sido verificada por outros pesquisadores (Böer, 2009; Pimentel et al., 2005; Rentfrow & Gosling, 2003), nem mesmo a importância específica das letras de músicas (Greitemeyer, 2009a,b; Pimentel & Gunther, 2009). Porém, algumas ponderações são necessárias. Destaque-se, em primeiro lugar, que as pesquisas experimentais sobre efeitos de letras de músicas ainda estão no começo (Anderson et al., 2003; Greitemeyer, 2009a,b), como recentemente ressaltado, quando se considerou que tais estudos estão em sua “infância”, muito ainda sendo necessário conhecer (Greitemeyer, 2011a,b). É igualmente oportuno indicar não foi encontrado qualquer estudo prévio no contexto da psicologia no Brasil que tenha se proposto a testar os efeitos de letras de músicas em comportamentos pró-sociais. Em razão disso, ainda há um caminho longo a percorrer com o fim de se estabelecer um conhecimento mais axiomatizado a respeito, sobretudo no que diz respeito aos aspectos envolvendo letras de músicas e comportamentos pró-sociais (Markert, 2001), pois a ênfase tem sido mais nos efeitos nocivos de alguns estilos musicais, como *rock* e *heavy metal* (Pimentel et al., 2009); no caso de letras de música, seus efeitos têm sido mais observados com relação aos comportamentos sexuais de jovens (Fisher & Greitemeyer, 2006; Martino et al., 2006; Guéguen et al., 2010; Primack et al., 2009).

Pode-se ponderar, além disso, que, possivelmente, os efeitos de letras de músicas pró-sociais no comportamento pró-social varia em função do tipo de comportamento pró-social em estudo. Esta conjectura, central neste empreendimento, apreendeu-se quando foi utilizada uma letra de música pró-social em português e se teve em conta a doação de dinheiro como medida de comportamento pró-social. Diferentemente, quando foi utilizada uma medida de autorrelato de comportamentos pró-sociais, a hipótese de efeitos diretos não foi confirmada. Entretanto, Lennings e Warburton (2011) citam estudos nos quais não se têm encontrado o efeito de letras de músicas com conteúdo sexual e mesmo resultados inconclusivos (por exemplo: Barongen & Hall, 1995; St. Lawrence & Joyner, 1991). Recentemente, nesse sentido, no contexto brasileiro, não se verificou efeito de letra de música com conteúdo de civilidade no comportamento de civilidade (Damião, 2011).

A propósito, Lennings e Warburton (2011) assinalam que problemas metodológicos, como diferenças de *arousal* nas músicas e a falta de clareza das letras podem ter ocultado tais efeitos. Neste

sentido, pode-se concluir que a letra de música pode favorecer o comportamento de doação de dinheiro para caridade, mas que este impacto talvez seja menos evidente no autorrelato, possivelmente em razão da escassa variabilidade das respostas. Outra explicação plausível é que a letra de música em português despertou maior empatia nos participantes e, por conseqüência, estes fizeram maior doação em dinheiro. De acordo com o *GLM*, o comportamento pode ser afetado tanto pela rota afetiva, como cognitiva e, ainda, pelo *arousal*, e, por sua vez, estas rotas são afetadas por variáveis pessoais e da situação (Buckley & Anderson, 2006). Porém, verificou-se que, de acordo com o estudo piloto realizado, os achados não podem ser atribuídos à diferença em *arousal*. Os efeitos da letra da música *Help* em comportamentos pró-sociais na presente tese não ocorreram de modo direto, como se observou em outro contexto (Greitemeyer, 2009b), mas apenas mediado pelos afetos positivos. Com relação a este aspecto, é possível que a letra da música “Caridade” tenha sido percebida como mais apelativa do que a letra de “Help”. Portanto, demandar-se-á, em pesquisas futuras, realizar grupos focais para levantar os significados que possam ter as músicas utilizadas nos experimentos.

Não se verificou também que letra de música antissocial reduziria os comportamentos pró-sociais. Por sua vez, Anderson et al. (2003) tinham observado o impacto destas letras em pensamentos e sentimentos agressivos, e alguns estudos mostraram que a preferência por um tipo de música anticonvencional, como o *rap* e o *heavy metal*, que costumam apresentar letras agressivas e antissociais, correlacionam-se com comportamentos antissociais (para um estudo nacional, ver Pimentel et al., 2005). Há também que ter em conta que diversas variáveis, como agradabilidade e autoestima, se apresentam correlacionadas com comportamentos pró-sociais (Penner et al., 2005), e, possivelmente, elas podem moderar o efeito das letras de músicas em tais comportamentos.

Tendo como base o *GLM*, especificamente considerando a importância de variáveis pessoais em interação com a situação, testaram-se na presente tese três variáveis potencialmente moderadoras: a *preferência musical convencional*, a *agradabilidade* e a *autoestima*. Pesquisas têm demonstrado que a preferência musical convencional é uma variável inversamente relacionada com comportamentos antissociais (Pimentel et al., 2005). Portanto, avaliou-se se esta variável poderia ser importante também para os comportamentos pró-sociais, mas esta relação não se confirmou. A agradabilidade, por sua vez, também tem sido relacionada com comportamentos pró-sociais (Carlo et al., 2005; King et al., 2005), o que foi corroborado no *Estudo 2* desta tese. Em razão disso, considerou-se que esta variável poderia moderar os efeitos de letras de músicas no comportamento pró-social, mediados pelo estado interno atual. No entanto, esta relação não se confirmou. Outra variável considerada moderadora foi a autoestima, que tem sido relacionada com comportamentos pró-sociais (Carlson et al., 1988). Contudo, não se constatou que esta variável agisse como moderadora no presente estudo. Quando se alude ao modelo de mediação, Greitemeyer (2009b) também não verificou que os pensamentos pró-sociais agissem como mediador da relação entre efeitos de letras de músicas pró-sociais e comportamento pró-social, mas apenas a empatia. Na presente pesquisa, testou-se como rota

afetiva os afetos positivos dada a sua relação com os comportamentos pró-sociais (Gebauer et al., 2008; Isen & Levin, 1972), como se verificou no *Estudo 2*. Destaque que este modelo de mediação (efeitos indiretos) foi confirmado, verificando-se que a música *Help* provocou afetos positivos nos participantes e que estes por sua vez relataram mais comportamentos pró-sociais.

Os resultados não estatisticamente significativos, no conjunto, devem ser interpretados com cautela. Um aspecto que pode ter impactado diz respeito à confiabilidade das medidas. A subescala de preferência musical (Gouveia et al., 2008; Pimentel et al., 2007), mesmo apresentando correlações bivariadas com autoestima e agradabilidade, por exemplo, apresentou um coeficiente de precisão consideravelmente baixo (Nunnally, 1970; Pasquali, 2003) nos *Estudos 2 e 3*, e sua falta de precisão pode ter tido implicações sérias nos resultados. Portanto, uma vez que a escala não tem precisão, pode não ter captado relações de moderação que existiriam caso a medida fosse precisa; isso ficou evidente no *Estudo 1*, quando se procedeu à correção (atenuação) dos coeficientes de correlação em razão da escassa precisão das medidas. Contudo, este aspecto é possível quando se tratam de medidas de construtos latentes, isto é, com mais de um indicador comportamental (item), não tendo sido encontrada uma solução para itens dicotômicos (categóricos), como ocorre com a letra de música (**1** = *Pró-social*, **0** = *Neutra*). Além destes aspectos, é possível que o tamanho das amostras possa ter influído, uma vez que o poder estatístico diminui segundo *n* amostral (Tabachnick & Fidell, 2007). Neste sentido, diferentemente dos efeitos médios e grandes encontrados em Greitemeyer (2009a,b), é possível que os efeitos conjecturados sejam de pequeno tamanho no presente contexto, requerendo futuramente levar em conta amostras maiores para dirimir dúvidas.

Pesquisas prévias realizadas em outras culturas, contando com amostras menores ou semelhante às utilizadas neste estudo (variando de 33 a 61 participantes), encontraram efeitos significativos de letras de músicas. Por exemplo, observaram-se efeitos de letras de músicas pró-sociais na acessibilidade a pensamentos pró-sociais e empatia [*Estudo 1* (*n* = 34) e *Estudo 2* (*n* = 38); Greitemeyer, 2009a], assim como na acessibilidade a pensamentos pró-sociais, empatia e comportamentos pró-sociais, verificando-se ainda efeito mediador da empatia considerando o tipo de música e o comportamento cooperativo no jogo do ditador [*Estudo 1* (*n* = 34), *Estudo 2* (*n* = 50), *Estudo 3* (*n* = 59) e *Estudo 4* (*n* = 50); Greitemeyer, 2009b]. Anderson et al. (2003) verificaram, no *Estudo 1*, com 59 participantes, que letras de músicas violentas produzem maiores níveis de hostilidade, e no *Estudo 2*, com 61 participantes, que letras de músicas violentas impactam nos pensamentos agressivos. Finalmente, Greitemeyer (2011a) observou no *Estudo 1*, com 59 participantes, que letras de músicas pró-sociais diminuem a acessibilidade a pensamentos agressivos, no *Estudo 2*, com 38 participantes, que comprovou os efeitos da letra de música pró-social em atitudes frente à guerra e violência e, no *Estudo 5*, com 50 participantes, que este tipo de letra de música diminuiu o afeto, a cognição e o comportamento agressivo. Além disso, verificou o efeito de letra de música pró-social no comportamento agressivo mediado pelo afeto agressivo.

Destaque-se, pois, que estes estudos não testaram modelos de mediação moderada. Em razão disto, seria importante que estes estudos (tese) fossem replicados com amostras maiores para testar o modelo de mediação moderadas propostos em estudos experimentais de campo e mesmo em estudos correlacionais com grandes amostras. Em virtude de tudo que foi previamente exposto, não é possível afirmar que o *GLM* não funciona, apesar de não terem sido encontradas evidências favoráveis às hipóteses formuladas nesta tese. Quiçá seja mais oportuno falar em restrições metodológicas, sobretudo naquelas referentes às medidas empregadas; nesta linha, destaca-se que os estudos incluíram unicamente estudantes universitários e os delineamentos apresentados não foram, verdadeiramente, experimentais, mas quase-experimental, pela limitação de randomização dos grupos formados (Campbell & Stanley, 1979). Portanto, impõem-se restrições a generalização dos resultados. Nestes termos, pode ser que tais resultados sejam peculiares às amostras utilizadas.

Por fim, há que se ponderar um aspecto central desta tese: as letras de músicas antissociais e pró-sociais selecionadas. Apesar de ter sido tomado o cuidado para considerar aquela que, em pesquisa prévia refletia conteúdos pró-sociais (por exemplo, *Help*; Greitemeyer, 2009b), não é possível descartar que seu significado, por ser uma música do contexto inglês, não tenha sido adequadamente captado pelos participantes brasileiros. Obviamente, se pensará que este aspecto não é relevante, pois foi feita sua tradução para o português. No entanto, não se está falando aqui em compreender o idioma, mas em sentir a cultura. Neste aspecto os estudos de Böer (2009) arrojaram luz a esta questão, quando coloca que, mesmo músicas ou estilos similares, produzem identidade e significados bem diversos em razão das culturas em que são escutadas.

Destaque-se ainda que a medida da variável dependente diferiu nos três estudos. Tratou-se tanto com o comportamento pró-social autorrelatado (*Estudo 2*), observado diretamente (*Estudo 3*) e com a intenção comportamental (*Estudo 4*) o que também pode explicar a variabilidade dos achados. Além disso, é possível que no presente contexto o *GLM* possa ser mais bem empregado para se conhecer o efeito de vídeo-games, uma vez que se verificou que este tipo de mídia ativa é mais bem explicado pelo modelo do que mídias passivas, como a música (Fischer et al., 2011). Finalmente, teceram-se as considerações finais desta tese destacando-se possibilidades de estudos futuros com outras variáveis conforme as variáveis em cor vermelha destacadas na Figura 12. As variáveis em cor preta foram testadas presentemente.

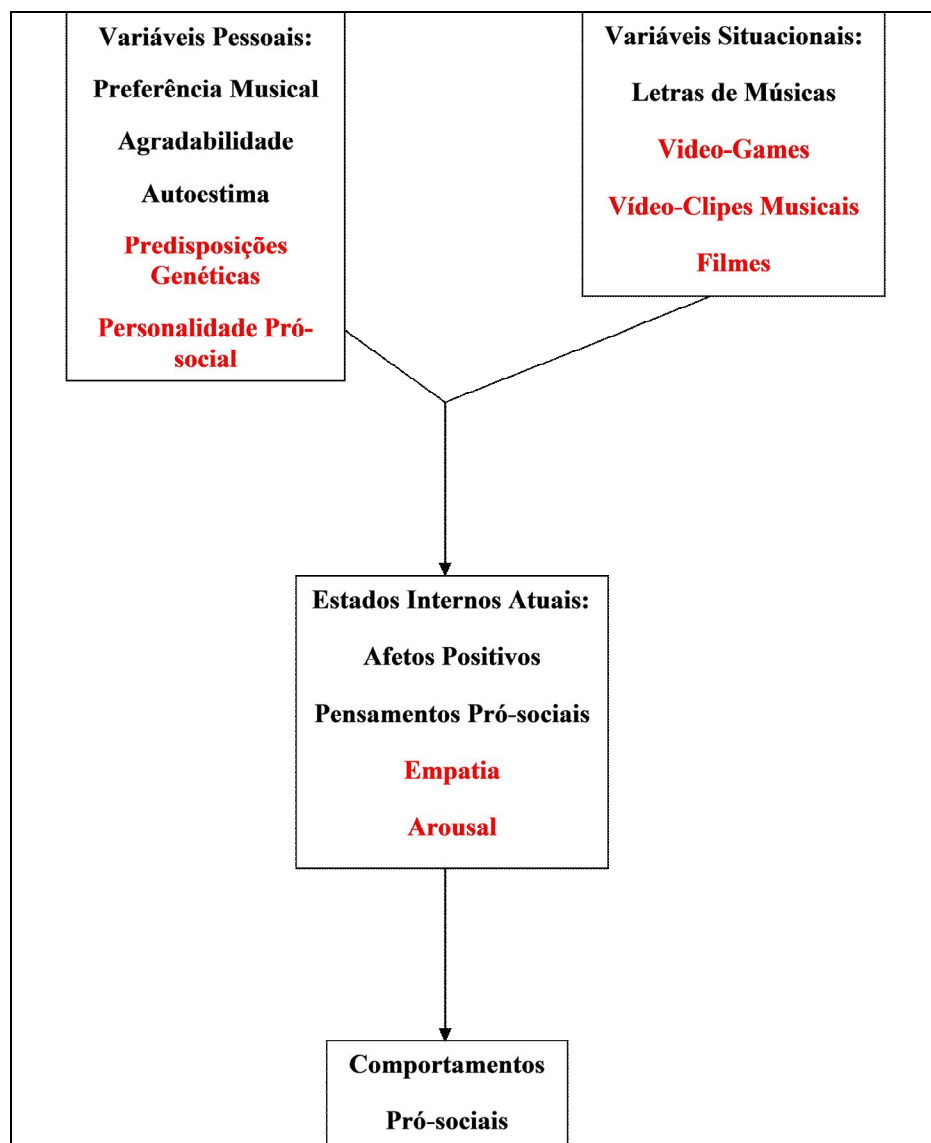


Figura 12. Variáveis testadas na presente tese em cor preta e variáveis sugeridas em cor vermelha.

6. Considerações Finais

De acordo com tudo que foi anteriormente discutido, parece evidente que estudos novos são demandados, considerando participantes de outros grupos e culturas com o fim de avançar no conhecimento acerca dos efeitos de letras de músicas pró-sociais e antissociais no comportamento pró-social. A propósito, outras variáveis comumente relacionadas com o comportamento pró-social devem ser testadas como possíveis moderadores dos efeitos que estes sofrem das letras de músicas. Modelos de mediação com moderadores (Preacher et al., 2007) devem aportar mais complexidade nestas relações, oferecendo alternativas que, quiçá, aproximem-se mais da realidade social, com suas múltiplas variáveis envolvidas.

É importante, entretanto, que os efeitos anteriormente aludidos devam ser pesquisados com base em um modelo teórico claramente definido, como o *GLM*, favorecendo que se possa avançar na teoria psicológica. Isso permitirá verificar se modelos teóricos oriundos de realidades diferentes da brasileira são plausíveis nesta cultura ou, ao contrário, serão demandados modelos *emics*. Vale ressaltar que, nesta tese, o *GLM* foi explorado apenas no que diz respeito a seus efeitos de curto prazo. Sendo assim, seria importante que novas pesquisas fossem realizadas tendo em conta efeitos de longo prazo, considerando, portanto, pesquisas longitudinais. Assim, o conhecimento sobre efeitos de letras de músicas antissociais e pró-sociais (Anderson et al., 2003; Greitemeyer, 2009a,b; Jacob et al., 2010) no comportamento pró-social poderão ser melhor compreendidos no contexto corrente. O que sim é desaconselhável é partir de nenhum modelo, situando os achados apenas com base em correlações identificadas ao acaso, resultando em modelos meramente descritivos da realidade imediata.

Finalmente, fazer pesquisa em psicologia não parece ser o mesmo de fazê-la em áreas mais duras, como a física ou a química. Porém, longe de ser a psicologia social um modelo histórico de explicar a realidade (Gergen, 1973), assume-se nesta tese um norte mais objetivo, mais próximo das ideias popperianas de conjecturas e refutações (Popper, 1980); não ter confirmado uma hipótese alternativa não significa aceitar sua negação, admitindo as hipóteses nulas correspondentes. Revisar as evidências, indagar o modelo teórico, definir novas pautas, repensar os instrumentos de medida e, acima de tudo, definir melhor os tipos de letras de músicas antissociais e pró-sociais são apenas algumas alternativas que demandarão ser revistas no futuro. De acordo com a teoria (Zillmann, 1971, 1988) e pesquisa (Greitemeyer, 2009a,b) revista nesta tese poderia ser interessante incluir outras variáveis mediadoras para teste em pesquisa futura como o *arousal* (utilizando-se mensurações fisiológicas como o batimento cardíaco) e a empatia. Outras variáveis pessoais poderiam agir como moderadores, considerando, por exemplo, bases genéticas do comportamento pró-social (Simpson & Beckes, 2010) e variáveis que conformassem um fator geral de personalidade, uma personalidade pró-social (Penner et al., 1995). Ademais, seria igualmente importante comparar os efeitos das letras de músicas com o efeito de outras mídias, como vídeo-games, filmes ou vídeo-clipes e verificar efeitos subliminares, anulando possíveis efeitos de demanda. Estes aspectos, seguramente, orientarão os

estudos deste doutorando, empenhado em conhecer o papel da música nos comportamentos anti e pró-sociais de adolescentes, jovens e adultos.

7. Referências

- Abdounur, O. J. (2002). *Matemática e música: O pensamento analógico na construção de significados*. São Paulo, SP: Escrituras.
- Albuquerque, A. S., & Tróccoli, B.T. (2004). Desenvolvimento de uma escala de bem-estar subjetivo. *Psicologia: Teoria e Pesquisa, 20*, 153-164.
- Albuquerque, F. J. B., Sousa, F. M., & Martins, C. R. (2010). Validação das escalas de satisfação com a vida e afetos para idosos rurais. *Psico-PUCRS, 41*, 85-92.
- Almeida, I. M., & Binder, M. C. P. (2004). Armadilhas cognitivas: O caso das omissões na gênese dos acidentes de trabalho. *Cadernos de Saúde Pública, 20*, 1373-1378.
- Allport, G. W. (1985). The historical background of social psychology. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *The handbook of social psychology* (Vol. 1, pp. 1–46). New York, NY: McGraw Hill.
- American Academy of Pediatrics, Committee on Communications. (1996). Impact of music lyrics and music videos on children and youth. *Pediatrics, 98*, 1219-1221.
- American Academy of Pediatrics, Council of Communications and Media. (2009). Impact of music lyrics and music videos on children and youth. *Pediatrics, 124*, 1488-1494.
- Anastasi, A., & Urbina, S. (2002). *Testagem psicológica*. Porto Alegre, RS: ArtMed.
- Anderson, C. A. (1989). Temperature and aggression: Ubiquitous effects of heat on occurrence of human violence. *Psychological Bulletin, 106*, 74-96.
- Anderson, C. A. (1997). Effects of violent movies and trait hostility on hostile feelings and aggressive thoughts. *Aggressive Behavior, 23*, 161-178.
- Anderson, C. A., & Bushman, B. J. (2001). Effects of violent video games on aggressive behavior, aggressive cognition, aggressive affect, physiological arousal, and prosocial behavior: A meta-analytic review of the scientific literature. *Psychological Science, 12*, 353-359.
- Anderson, C. A., & Bushman, B.J. (2002). Human aggression. *Annual Review of Psychology, 53*, 27-51.
- Anderson, C. A., Carnagey, N.L., & Eubanks, J. (2003). Exposure to violent media: The effects of songs with violent lyrics on aggressive thoughts and feelings. *Journal of Personality and Social Psychology, 84*, 960–971.
- Anderson, C.A., & Dill, K.E. (2000). Video games and aggressive thoughts, feelings, and behavior in the laboratory and in life. *Journal of Personality and Social Psychology, 78*, 772-790.
- Anderson, C.A., & Ford, C.M. (1986). Affect of the game player: Short-term consequences of playing aggressive video games. *Personality and Social Psychology Bulletin, 12*, 390-402.
- Anderson, C.A., & Morrow, M. (1995). Competitive aggression without interaction: Effects of competitive versus cooperative instructions on aggressive behavior in video games. *Personality and Social Psychology Bulletin, 21*, 1020-1030.

- Anderson, C. A., Shibuya, A., Ihori, N., Swing, E. L., Bushman, B.J., Sakamoto, A., Rothstein, H.R., & Saleem, M. (2010). Violent video game effects on aggression, empathy, and prosocial behavior in Eastern and Western countries: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, *136*, 151-173.
- Anderson, P., Bruijn, A., Angus, K., Gordon, R., & Hastings, G. (2009). Impact of alcohol advertising and media exposure on adolescent alcohol use: A systematic review of longitudinal studies. *Alcohol and Alcoholism*, *3*, 229-243.
- Anderson, C. A., Gentile, D. A., & Dill, K. E. (2012). Prosocial, Antisocial, and Other Effects of Recreational Video Games. In D. G. Singer, & J. L. Singer (Eds), *Handbook of Children and the Media* (pp. 249-272). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Andrade, J. M. (2008). *Evidências de validade do inventário dos cinco grandes fatores de personalidade para o Brasil*. Tese de doutorado não-publicada. Universidade de Brasília, Brasília, DF.
- Arnett, J. (1991). Heavy metal music and reckless behavior among adolescents. *Journal of Youth and Adolescence*, *20*, 573-592.
- Assis, S. G., Avanci, J. Q., Pesce, R. P., & Ximenes, L. F. (2009). Situação de crianças e adolescentes brasileiros em relação à saúde mental e à violência. *Ciência & Saúde Coletiva*, *14*, 349-361.
- Avanci, J. Q., Assis, S. G., Santos, N. C., & Oliveira R. V. C. (2007). Adaptação transcultural de escala de auto-estima para adolescentes. *Psicologia: Reflexão & Crítica*, *20*, 397-405.
- Ballard, M.E., Dodson, A.R., & Bazzini, D.G. (1999). Genre of music and lyrics content: Expectation effects. *The Journal of Genetic Psychology*, *160*, 476-487.
- Bandura, A. (1965). Influence of models' reinforcement contingencies on the acquisition of imitative responses. *Journal of Personality and Social Psychology*, *1*, 589-595.
- Bandura, A. (1989). Social cognitive theory. In R. Vasta (Ed.), *Annals of child development*. Six theories of child development (Vol. 6., pp. 1-60). Greenwich, CT: JAI Press.
- Bandura, A. (1994). Social cognitive theory of mass communication. In J. Bryant & D. Zillman (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 61-90). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Bandura, A. (2001a). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*, *3*, 265-298.
- Bandura A. (2001b). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, *52*, 1-26.
- Bandura, A. (2008). A evolução da teoria social cognitiva. In A. Bandura, R. G. Azzi, & S. Polydoro (Eds.). *Teoria social cognitiva: Conceitos básicos* (pp. 15-41). Porto Alegre, RS: ArtMed.
- Bandura, A. Ross, D. & Ross, S. A. (1961). Transmission of aggression through imitation of aggressive models. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, *63*, 575-582.
- Bandura, A., Ross, D., & Ross, S. A. (1963). Imitation of film-mediated aggressive models. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, *66*, 3-11.

- Barlett, C. P., & Anderson, C. A. (no prelo). Examining media effects: The General Aggression and General Learning Models. In E. Scharrer (Ed.), *Media effects/media psychology*. Blackwell-Wiley.
- Barlett, C. P., Anderson, C. A., & Swing, E. L. (2009). Video game effects confirmed, suspected and speculative: A review of the evidence. *Simulation & Gaming, 40*, 377-403.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology, 51*, 1173-1182.
- Barongen, C., & Hall, G. C. N. (1995). The influence of misogynous rap music on sexual aggression against women. *Psychology of Women Quarterly, 19*, 195-207.
- Batson, C. D., & Powell, A. A. (2003). Altruism and prosocial behavior. In T. Millon & M. J. Lerner (Eds.), *Handbook of psychology: Personality and social psychology* (Vol. 5, pp. 463-484). Hoboken, NJ: Wiley.
- Bem, D. J. (1972). Self-perception theory. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 6, pp. 1-62). New York, NY: Academic Press.
- Bergeron, N., & Schneider, B. H. (2005). Explaining cross-national differences in peer-directed aggression: A quantitative synthesis. *Aggressive Behavior, 31*, 116-137.
- Berkowitz, L. (1984). Some effects of thoughts on anti- and prosocial influences of media events: A cognitive-neoassociation analysis. *Psychological Bulletin, 95*, 410-427.
- Berkowitz, L. (1987). Mood, self-awareness, and willingness to help. *Journal of Personality and Social Psychology, 52*, 721-724.
- Berkowitz L. (1989). Frustration-aggression hypothesis: Examination and reformulation. *Psychological Bulletin, 106*, 59-73.
- Berkowitz L. (1990). On the formation and regulation of anger and aggression: A cognitive-neo-associationistic analysis. *American Psychologist, 45*, 494-503.
- Berkowitz, L., Corwin, R., & Heironimus, M. (1963). Film violence and subsequent aggressive tendencies. *Public Opinion Quarterly, 27*, 217-229.
- Böer, D. (2009). *Music makes the people come together: Social functions of music listening for young people across cultures*. Tese de doutorado não-publicada. Victoria University of Wellington, New Zealand.
- Borges, D. S. C., & Marturano, E. M. (2009). Aprendendo a gerenciar conflitos: Um programa de intervenção para a 1ª série do ensino fundamental. *Paidéia, 19*, 17-26.
- Brown, J. D., & Marshall, M. A. (2001). Self-esteem and emotion: Some thoughts about feelings. *Personality and Social Psychology Bulletin, 27*, 575-584.

- Buckley, K. E., & Anderson, C. A. (2006). A theoretical model of the effects and consequences of playing video games. In P. Vorderer & J. Bryant (Eds.), *Playing video games - Motives, responses, and consequences* (pp. 363-378). Mahwah, NJ: LEA.
- Bushman, B. J. (1995). Moderating role of trait aggressiveness in the effects of violent media on aggression. *Journal of Personality and Social Psychology*, *69*, 950-960.
- Bushman, B. J. (1998). Priming effects of violent media on the accessibility of aggressive constructs in memory. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *24*, 537-545.
- Bushman, B. J., & Anderson, C. A. (2001). Media violence and the American public: Scientific facts versus media misinformation. *American Psychologist*, *56*, 477-489.
- Bushman, B. J., & Anderson, C. A. (2002). Violent video games and hostile expectations: A test of the general aggression model. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *28*, 1679-1686.
- Bushman, B. J., & Anderson, C. A. (2009). Comfortably numb: Desensitizing effects of violent media on helping others. *Psychological Science*, *21*, 273-277.
- Bushman, B. J., & Geen, R. G. (1990). The role of cognitive-emotional mediators and individual differences in the effects of media violence on aggression. *Journal of Personality and Social Psychology*, *58*, 156-163.
- Bushman, B. J., & Huesmann, L. R. (2006). Short-term and long-term effects of violent media on aggression in children and adults. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, *160*, 348-352.
- Bushman, B.J., Rothstein, H.R., & Anderson, C.A. (2010). Much ado about something: Violent video game effects and a school of red herring: Reply to Ferguson and Kilburn. *Psychological Bulletin*, *136*, 182-187.
- Byrne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with Amos: Basic concepts, applications, and programming*. London: Lawrence Erlbaum.
- Camino, C.P.S., Luna, V.R., & Cavalcanti, M.G. (1990). Análise parcial do pensamento moral da novela 'Vale Tudo'. *III Simpósio Brasileiro de Pesquisa e Intercâmbio Científico*, 1990, São Paulo. *ANAIS do III Simpósio Brasileiro de Pesquisa e Intercâmbio Científico*, p. 95-102.
- Campbell, D.T., & Stanley, J.C. (1979). *Delineamentos experimentais e quase-experimentais de pesquisa*. São Paulo, SP: EDUSP.
- Caprara, G.V., & Pastorelli, C. (1993). Early emotional instability, prosocial behavior and aggression: Some methodological aspects. *European Journal of Personality*, *7*, 19-36.
- Caprara, G.V., Steca, P., Zelli, A., & Capanna, C. (2005). A new scale for measuring adults' prosocialness. *European Journal of Psychological Assessment*, *21*, 77-89.
- Carlo, G., Okun, M.A., Knight, G.P., & Guzman, M.R.T. (2005). The interplay of traits and motives on volunteering: Agreeableness, extraversion and prosocial value motivation. *Personality and Individual Differences*, *38*, 1293-1305.

- Carlo, G., & Randall, B.A. (2002). The development of a measure of prosocial behaviors for late adolescents. *Journal of Youth and Adolescence*, 31, 31-44.
- Carlson, M., Charlin, V., & Miller, N. (1988). Positive mood and helping behavior: A test of six hypotheses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 211-229.
- Carnagey, N. L., Anderson C. A., & Bushman, B. J. (2007). The effect of video game violence on physiological desensitization to real-life violence. *Journal of Experimental Social Psychology*, 43, 489-496.
- Cattell, R. B., & Saunders D. R. (1954). Musical preferences and personality diagnosis: A factorization of one hundred and twenty themes. *Journal of Social Psychology*, 39, 3-24.
- Chandler, D. (2010). *Television violence and children's behavior*. Retirado em 18 de maio de 2010, de: http://www.aber.ac.uk/media/Modules/TF33120/tv-violence_and_kids.htm
- Clark, L. A., & Watson, D. (1995). Constructing validity: Basic issues in objective scale development. *Psychological Assessment*, 7, 309-319.
- Clarke, D. (2003). *Pro-social and anti-social behaviour*. London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Conselho Federal de Psicologia. (2010). Resolução CPF Nº 002/2003. Retirado em 13 de julho de 2010, de: http://www.pol.org.br/pol/export/sites/default/pol/legislacao/legislacaoDocumentos/resolucao2003_02.pdf
- Crick, N. R., & Dodge, K. A. (1994). A review and reformulation of social information processing mechanisms in children's social adjustment. *Psychological Bulletin*, 115, 74-101.
- Crowne, D., & Marlowe, D. (1960). A new scale of social desirability independent of psychopathology. *Journal of Consulting Psychology*, 24, 349-354.
- Cunningham, M. R. (1979). Weather, mood and helping behaviour: Quasi experiments with the sunshine Samaritan. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 1947-1956.
- Dal Cin, S., Stoolmiller, M., & Sargent, J. D. (2012). When movies matter: Exposure to smoking in movies and changes in smoking behavior. *Journal of Health Communication*, 17, 76-89.
- Dal Cin, S., Worth, K. A., Gerrard, M., Gibbons, F. X., Stoolmiller, M., & Wills, T. A. (2009). Watching and drinking: Expectancies, prototypes, and friends' alcohol use mediate the effect of exposure to alcohol use in movies on adolescent drinking. *Health Psychology*, 28, 473-483.
- Damião, N. F. (2011). *Bom dia, senhor motorista: Priming conceitual e a civilidade no ônibus*. Dissertação de Mestrado Não-Publicada, Universidade de Brasília, Brasília.
- Darley, J. M., & Latané, B. (1968). Bystander intervention in emergencies: Diffusion of responsibility. *Journal of Personality and Social Psychology*, 8, 377-383.
- Dayrell, J. (2002). O rap e o funk na socialização da juventude. *Educação e Pesquisa*, 28, 117-136.

- DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. (1993). *Teorias da comunicação de massa*. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar Editor.
- Dekaney, E. M., & Macedo, E.C. (2005). Cultural tolerance and music preference: The effect of interdisciplinary lessons on students' aesthetic response. *Psicologia: Teoria e Prática*, 7, 115-133.
- Delsing, M. J. M. H., Bogt, T. F. M. T., Engels, R. C. M. E., & Meeus, W. H. J. (2008). Adolescents' music preferences and personality characteristics. *European Journal of Personality*, 22, 109-130.
- Dent, C. W., Galaif, J., Sussman, S., Stacy, A. W., Burton, D., & Flay, B. R. (1992). Music preference as a diagnostic indicator of adolescent drug use. *American Journal of Public Health*, 82, 124.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1998). Attitudes structure and function. In D.T. Gilbert, S.T. Fiske & G.Lindzey (Eds.). *The handbook of social psychology* (pp. 269-322). New York, NY: McGraw-Hill.
- Eron, L., Huesmann, L., Lefkowitz, M., & Walder, L. (1972). Does television violence cause aggression? *American Psychologist*, 27, 253-263.
- Fanelli, D. (2011). Negative results are disappearing from most disciplines and countries. *Scientometrics*. Retirado em 16 de outubro de 2011 de: <http://www.springerlink.com/content/bt125xw73v72282w/>
- Faria, J. B., & Seidl, E. M. F. (2006). Religiosidade, enfrentamento e bem-estar subjetivo em pessoas vivendo com HIV/AIDS. *Psicologia em Estudo*, 11, 155-164.
- Ferguson, C. J., & Kilburn, J. (2010). Much ado about nothing: The misestimation and overinterpretation of violent video game effects in Eastern and Western nations: Comment on Anderson et al. (2010). *Psychological Bulletin*, 136, 174-178.
- Fischer, P., & Greitemeyer, T. (2006). Music and aggression. The impact of sexual-aggressive song lyrics on aggression-related thoughts, emotions and behavior toward the same and the opposite sex. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 32, 1165-1176.
- Fischer, P., Greitemeyer, T., Kastenmüller, A., Vogrincic, C., & Sauer, A. (2011). The effects of risk-glorifying media exposure on risk-positive cognitions, emotions, and behaviors: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 137, 367-390.
- Forgas, J. P. (1995). Mood and judgment: The affect infusion model (AIM). *Psychological Bulletin*, 117, 39-66.
- Forgas, J. P. (2002). Feeling and doing: Affective influences on interpersonal behavior. *Psychological Inquiry*, 13, 1-28.
- Forgas, J. P., Dunn, E., & Granland, S. (2008). Are you being served...? An unobtrusive experiment of affective influences on helping in a department store. *European Journal of Social Psychology*, 38, 333-342.

- Freedman, J.L. (1984). Effect of television violence on aggressiveness. *Psychological Bulletin*, 96, 227-246.
- Fried, R., & Berkowitz, L. (1979). Music hath charms . . . and can influence helpfulness. *Journal of Applied Social Psychology*, 9, 199-208.
- Friedlander, P. (2002). *Rock and roll: Uma história social*. Rio de Janeiro, RJ: Record.
- Funk, J. B., Baldacci, H. B., Pasold, T., & Baumgardner, J. (2004). Violence exposure in real-life, video games, television, movies, and the internet: is there desensitization? *Journal of Adolescence*, 27, 23-39.
- Galinha, I. C., & Pais-Ribeiro, J. L. (2005). Contribuição para o estudo da versão portuguesa da Positive and Negative Affect Schedule (PANAS): II – Estudo psicométrico. *Análise Psicológica*, 2, 219-227.
- Garcia, P. A. O. (2009). *Escala Brasileira de Valores Materiais – EBVM: Elaboração e validação de uma escala para materialismo como valor de consumo*. Dissertação de mestrado não publicado. Universidade de Brasília, Brasília, DF.
- Gebauer, J. E., Riketta, M., Broemer, P., & Maio, G. R. (2008). Pleasure and pressure based prosocial motivation: Divergent relations to subjective well-being. *Journal of Research in Personality*, 42, 399-420.
- Gentile, D. A., Anderson, C. A., Yukawa, S., Ichori, N., Saleem, M., Ming, L. K., Shibuya, A., Liau, A. K., Khoo, A., & Sakamoto, A. (2009). The effects of prosocial video games on prosocial behaviors: International evidence from correlational, experimental, and longitudinal studies. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 35, 752-763.
- Gergen, K. J. (1973). Social psychology as history. *Journal of Personality and Social Psychology*, 26, 309-320.
- Giacomoni, C.H. (2002). *Bem-estar subjetivo infantil: Conceito de felicidade e construção de instrumentos de validação*. Tese de doutorado não-publicada, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, RS.
- Giacomoni, C.H., & Hutz, C.S. (2006). Escala de afeto positivo e negativo para crianças: estudos de construção e validação. *Psicologia Escolar e Educacional*, 10, 235-245.
- Giles, D. (2003). *Media psychology*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gobitta, M., & Guzzo, R. S. L. (2002). Estudo inicial do inventário de auto-estima (SEI) – Forma A. *Psicologia: Reflexão & Crítica*, 15, 143-150.
- Gomide, P. I. C., Salvo, C. G., Pinheiro, D. P. N., & Sabbag, G. M. (2005). Correlação entre práticas educativas, depressão, estresse e habilidades sociais. *Psico-USF*, 10, 169-178.
- Goodman, R. (1997). The strengths and difficulties questionnaire: A research note. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 38, 581-586.

- Goodman, R., Meltzer, H., & Bailey, V. (1998). The strengths and difficulties questionnaire: A pilot study on the validity of the self-report version. *European Child & Adolescent Psychiatry, 7*, 125-130.
- Gosling, S. D., Rentfrow, P. J., & Swann Jr., W. B. (2003). A very brief measure of the Big-Five personality domains. *Journal of Research in Personality, 37*, 504-528.
- Gouveia, V. V., Chaves, S. S. S., Oliveira, I. C. P., Dias, M. R., Gouveia, R. S., & Andrade, P. R. (2003). A utilização do QSG-12 na população geral: Estudo de sua validade de construto. *Psicologia: Teoria e Pesquisa, 19*, 241-248
- Gouveia, V. V., Guerra, V. M., Souza, D. M. F., Santos, W. S., & Costa, J. M. (2009). Escala de Desejabilidade Social de Marlowe-Crowne: Evidências de sua validade fatorial e consistência interna. *Avaliação Psicológica, 8*, 87-98.
- Gouveia, V. V., Pimentel, C. E., Santana, N. L., Chaves, W. A., & Rodrigues, C. A. (2008). Escala abreviada de preferência musical (STOMP): Evidências de sua validade fatorial e consistência interna. *Psico-PUCRS, 39*, 201-210.
- Greenwald, A. G., McGhee, D. E., & Schwartz, J. L. K. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: The Implicit Association Test. *Journal of Personality and Social Psychology, 74*, 1464-1480.
- Greitemeyer, T. (2009a). Effects of songs with prosocial lyrics on prosocial thoughts, affect, and behavior. *Journal of Experimental Social Psychology, 45*, 186-190.
- Greitemeyer, T. (2009b). Effects of songs with prosocial lyrics on prosocial behavior: Further evidence and a mediating mechanism. *Personality and Social Psychology Bulletin, 35*, 1500-1511.
- Greitemeyer, T. (2011a). Exposure to music with prosocial lyrics reduces aggression: First evidence and test of the underlying mechanism. *Journal of Experimental Social Psychology, 47*, 28-36.
- Greitemeyer, T. (2011b). Effects of prosocial media on social behavior: When and why does media exposure affect helping and aggression. *Current Directions in Psychological Science, 20*, 251-255.
- Greitemeyer, T., & Osswald, S. (2009). Prosocial video games reduce aggressive cognitions. *Journal of Experimental Social Psychology, 45*, 896-900.
- Guadagno, R. (2010). *Writing up your results – Guidelines based on APA style*. Retirado em 28 de janeiro de 2012, de <http://osil.psy.ua.edu/~Rosanna/PY602/Writing%20up%20your%20results%20%E2%80%93%20APA%20Style%20guidelines.pdf>
- Guéguen, N., Jacob, C., & Lamy, L. (2010). Love is in the air: Effects of songs with romantic lyrics on compliance with a courtship request. *Psychology of Music, 38*, 303-307.

- Gunter, B., & Harrison, J. (1998). *Violence on television: An analysis of amount, nature, location and origin of violence in British programmes*. New York, NY: Routledge. Taylor & Francis Group.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados*. Porto Alegre, RS: ArtMed.
- Hansen, C. H., & Hansen, R. D. (1990). Rock music videos and antisocial behavior. *Basic and Applied Social Psychology, 11*, 357-369.
- Harris, J. L., Bargh, J. A., & Brownell, K. D. (2009). Priming effects of television food advertising on eating behavior. *Health Psychology, 28*, 404-413.
- Hayton, J. C., Allen, D. G., & Scarpello, V. (2004). Factor retention decisions in exploratory factor analysis: A tutorial on parallel analysis. *Organizational Research Methods, 7*, 191-205.
- Hobsbawm, E. (2004). *História social do jazz*. São Paulo, SP: Paz e Terra.
- Hogan, M., Bar-on, M., Beard, L., Corrigan, S., Holroyd, H. J., Sherry, S. N., Shifrin, D., & Strasburger, V. (1996). Impact of music lyrics and music videos on children and youth. *Pediatrics, 98*, 1219-1221.
- Huesmann LR. (1986). Psychological processes promoting the relation between exposure to media violence and aggressive behavior by the viewer. *Journal of Social Issues, 42*, 125-140.
- Huesmann, L., Eron, L., Klein, L., Brice, P., & Fischer, P. (1983). Mitigating the imitation of aggressive behaviors by changing children's attitudes about media violence. *Journal of Personality and Social Psychology, 44*, 899-910.
- Huesmann, L. R., Moise, J. F., & Podolski, C. L. (1997). The effects of media violence on the development of antisocial behavior. In D. Stoff, J. Breiling, & J. Maser (Eds.). *Handbook of antisocial behavior* (pp. 181-193). New York, NY: John Wiley & Sons.
- Huesmann, L., & Taylor, L.D. (2006). The role of media violence in violent behavior. *Annual Review of Public Health, 27*, 393-415.
- Hur, Y. -M., & Rushton, J. P. (2007). Genetic and environmental contributions to pro-social behaviour in 2- to 9-year-old South Korean twins. *Biology Letters, 3*, 664-666.
- Hutz, C. S., Nunes, C. H., Silveira, A. D., Anton, M. C., & Wieczorek, L. S. (1998). O desenvolvimento de marcadores para a avaliação da personalidade no modelo dos cinco grandes fatores. *Psicologia: Reflexão e Crítica, 11*, 395-411.
- Isen, A. M., & Levin, P. F. (1972). Effect of feeling good on helping: Cookies and kindness. *Journal of Personality and Social Psychology, 21*, 384-388.
- Jacob, C., Guéguen, N., & Boulbry, G. (2010). Effects of songs with prosocial lyrics on tipping behavior in a restaurant. *International Journal of Hospitality Management, 29*, 761-763
- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). The big-five trait taxonomy: history, measurement, and theoretical perspectives. Em L. Pervin & O. P. John (Orgs.), *Handbook of personality: theory and research*, (pp. 102-138). New York, NY: Guilford Press.

- King, E. B., George, J. M., & Hebl, M. R. (2005). Linking personality to helping behaviors at work: An interactional perspective. *Journal of Personality, 73*, 585-608.
- Knobloch-Westerwick, S., Musto, P. & Shaw, K. (2008). Rebellion in the top music charts: Defiant messages in rap/hip hop and rock music 1993 and 2003. *Journal of Media Psychology, 20*, 15-23.
- Kristensen, C. H., Lima, J.S., Ferlin, M., Flores, R.Z., & Hackmann, P.H. (2003). Fatores etiológicos da agressão física: uma revisão teórica. *Estudos de Psicologia, (Natal)*, 8, 175-184.
- Lacourse, E., Claes, M., & Villeneuve, M. (2001). Heavy metal music and adolescent suicidal risk. *Journal of Youth and Adolescence, 30*, 321-331.
- Lennings, H.I.B, & Warburton, W.A. (2011). The effect of auditory versus visual violent media exposure on aggressive behavior: The role of songs lyrics, video clips and musical tone. *Journal of Experimental Social Psychology, 47*, 794-799.
- Leyens, J. P., Camino, L., Parke, R. D., & Berkowitz, L. (1975). Effects of movie violence on aggression in a field setting as a function of group dominance and cohesion. *Journal of Personality and Social Psychology, 32*, 346-360.
- Little, P., & Zuckerman, M. (1986). Sensation seeking and music preferences. *Personality and Individual Differences, 7*, 575-577.
- Lopes, M. J. (2005). Os clientes e os enfermeiros: construção de uma relação. *Revista da Escola de Enfermagem da USP, 39*, 220-228.
- Markert, J. (2001). Sing a song of drug use-abuse: Four decades of drug lyrics in popular music-From the sixties through the nineties. *Sociological Inquiry, 71*, 194-220.
- Martino, S.C., Collins, R.L., Elliott, M.N., Strachman, A., Kanouse, D.E., & Berry, S.H. (2006). Exposure to degrading versus nondegrading music lyrics and sexual behavior among youth. *Pediatrics, 118*, 430-441.
- McCrae, R. R., & John, O. P. (1992). An introduction to the five-factor model and its applications. *Journal of Personality, 60*, 175-215.
- McFarland, R. A. (1984). Effects of music upon emotional content of TAT stories. *Journal of Psychology, 116*, 227-234.
- McNamara, L., & Ballard, M. E. (1999). Resting arousal, sensation seeking, and music preference. *Genetic, Social and General Psychology Monographs, 125*, 229-250.
- Meyer, T. (1972). Effects of viewing justified and unjustified real film violence on aggressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology, 23*, 21-29.
- Miranda D, & Claes, M. (2004). Rap music genres and deviant behaviors in French-Canadian adolescents. *Journal of Youth Adolescence, 33*, 113-122.
- Miranda, D., & Claes, M. (2009). Music listening, coping, peer affiliation and depression in adolescence. *Psychology of Music, 37*, 215-233.

- Mulder, J., Bogt, T., Raaijmakers, Q., & Volleberg, W. (2007). Music taste groups and problem behavior. *Journal of Youth Adolescence*, 36, 313-324.
- Narvaez, D. & Mattan, B. (2006). *Practicing goodness: Playing a prosocial videogame*. Research report. Center for ethical education. University of Notre Dame.
- Neves, M. A. (2007). *Transtorno de adaptação no pós-operatório de crianças e adolescentes*. Dissertação de mestrado não publicada. Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG.
- Noble, G. (1973). Effects of different forms of filmed aggression on children's constructive and destructive play. *Journal of Personality and Social Psychology*, 26, 54-59.
- North, A. C., Desborough, L., & Skarstein, L. (2005). Musical preference, deviance, and attitudes towards music celebrities. *Personality and Individual Differences*, 38, 1903-1914.
- North, A. C., Tarrant, M., & Hargreaves, D. J. (2004). The effects of music on helping behavior: A field study. *Environment and Behavior*, 36, 266-275.
- Nunan, A., & Jablonsky, B. (2009). Comportamento pró-social através da técnica da carta perdida (Há vagas para altruísmo em estacionamentos universitários?). *Psicologia em Pesquisa*, 3, 47-58.
- Nunnally, J. C. (1970). *Introduction to psychological measurement*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Otta, E., & Fiquer, J. T. (2004). Bem-estar subjetivo e regulação de emoções. *Psicologia em Revista*, 10, 144-149.
- Pais, J. M. (1998). *Culturas juvenis*. Lisboa, Portugal: Imprensa Nacional Casa da Moeda.
- Pasquali, L. (2003). *Psicometria: Teoria dos testes na psicologia e na educação*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Pearson, J. L., & Dollinger, S. J. (2004). Music preference correlates of jungian types. *Personality and Individual Differences*, 36, 1005-1008.
- Penner, L.A., Dovidio, J.D., Piliavin, J.A., & Schroeder, D.A. (2005). Prosocial behavior: Multilevel perspectives. *Annual Review of Psychology*, 56, 365-392.
- Peterson, R. A. (1994). A meta-analysis of Cronbach's coefficient alpha. *Journal of Consumer Research*, 21, 381-391.
- Pilati, R., Iglesias, F., Lima, B. R., & De Simone, C.V. (2010). Experimentos de campo em comportamento prosocial: Sexo, densidade e grupo cultural. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 26, 361-370.
- Pilati, R., Leão, M., Vieira, J. N., & Fonseca, M. M. (2008). Efeitos da atribuição de causalidade e custo pessoal sobre a intenção de ajuda. *Estudos de Psicologia*, 13, 213-221.
- Pimentel, C. E. (2004). *Valores humanos, preferência musical, identificação grupal e comportamento anti-social*. Dissertação de mestrado não publicada. Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB.

- Pimentel, C. E., & Donnelly, E. D. O. P. (2008). A relação da preferência musical com os cinco grandes fatores da personalidade. *Psicologia: Ciência & Profissão*, 28, 682-713.
- Pimentel, C. E., Gouveia, V. V., Lima, N., Chaves, W. A., & Rodrigues, C. A. (2009). Preferência musical e risco de suicídio entre jovens. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, 58, 26-33.
- Pimentel, C. E., Gouveia, V. V., & Pessoa, V. S. (2007). Escala de Preferência Musical: Construção e comprovação da sua estrutura fatorial. *Psico-USF*, 12, 145-155.
- Pimentel, C. E., Gouveia, V. V., & Vasconcelos, T. C. (2005). Preferência musical, atitudes e comportamentos anti-sociais entre estudantes adolescentes: Um estudo correlacional. *Estudos de Psicologia (Campinas)*, 22, 401-411.
- Pimentel, C. E., & Günther, H. (2009). Percepção de letras de músicas como inspiradoras de comportamentos antissociais e pró-sociais. *Psico-PUCRS*, 40, 373-381.
- Pimentel, C. E., Vargas, M., Almeida, T.A., Maynard, V.A.P., & Figueiredo, S.M.C.T. (no prelo). Evidências de validade e precisão da Escala de Coping através de Ouvir Música. *Psico-USF*.
- Pimentel, C. E., & Seco, D. (2011, Maio). *Preferências por filmes de terror, suspense, romance, ação e drama e suas diferenças em níveis de agradabilidade e conscienciosidade*. Pôster apresentado no 7º Congresso Norte-Nordeste de Psicologia, Salvador, BA.
- Platão. (1993). *A República*. Lisboa, Portugal: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Popper, K. R. (1980). *Conjecturas e refutações*. Brasília, DF: Editora da Universidade de Brasília.
- Preacher, K. J., Rucker, D. D., & Hayes, A. F. (2007). Addressing moderated mediation hypotheses: Theory, methods, and prescriptions. *Multivariate Behavioral Research*, 42, 185-227.
- Prieto, L., Alonso, J., & Lamarca, R. (2003). Classical test theory versus Rasch analysis for quality of life questionnaire reduction. *Health Quality Life Outcomes*, 1, 1-27.
- Primack, B.A., Douglas, E. L., Fine, M. J., & Dalton, M.A. (2009). Exposure to sexual lyrics and sexual experience among urban adolescents. *American Journal of Preventive Medicine*, 36, 317-323.
- Rawlings, D., & Ciancarelli, V. (1997). Music preference and the five-factor model of the NEO Personality Inventory. *Psychology of Music*, 25, 120-132.
- Rentfrow, P. J. (2004). *Message in a ballad: Personality judgments based on music preferences*. Tese de doutorado não publicada. University of Texas at Austin, TX.
- Rentfrow, P. J., Goldberg, L. R., & Zilca, R. (2011). Listening, watching, and reading: The structure and correlates of entertainment preferences. *Journal of Personality*, 79, 223-257.
- Rentfrow, P. J., & Gosling, S. D. (2003). The do re mi's of everyday life: The structure and personality correlates of music preference. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 226-236.
- Ribas Jr., R. C., Moura, M. L. S. & Hutz, C. S. (2004). Adaptação brasileira da Escala de Desejabilidade Social de Marlowe-Crowne. *Avaliação Psicológica*, 3, 83-92.

- Roberts, D. F., Christenson, P. G. & Gentile, D. A. (2003). The effects of violent music in children and adolescents. In D. A. Gentile (Ed.), *Media violence and children* (pp. 153- 170). Westport, CT: Praeger Publishers.
- Robins, R. W., Tracy, J. L., Trzesniewski, K. H., Potter, J., & Gosling, S. D. (2001). Personality correlates of self-esteem. *Journal of Research in Personality, 35*, 463–482.
- Rodrigues, A., Assmar, E. M. L., & Jablonski, B. (2000). *Psicologia social*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Romano, A., Negreiros, J., & Martins, T. (2007). Contributos para a validação da Escala de Auto-Estima de Rosenberg numa amostra de adolescentes da região interior norte do país. *Psicologia, Saúde & Doenças, 8*, 109-116.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Saud, L.F., & Tonelotto, J.M.F. (2005). Comportamento social na escola: Diferenças entre gênero e séries. *Psicologia Escolar e Educacional, 9*, 47-57.
- Sbicigo, J., Bandeira, D. R., & Dell’Aglío, D.D. (2010). Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR): Validade fatorial e consistência interna. *Psico-USF, 15*, 395-403.
- Schell, K. R., & Westefeld, J. S. (1999). Heavy metal and adolescent suicidality: An empirical investigation. *Adolescence, 34*, 253-273.
- Scheuer, C. I., & Assumpção, F. B. (2008). SDQ (Strengths and Difficulties Questionnaire): Identificação de características comportamentais de crianças leitoras. *Psicologia: Teoria e Pesquisa, 24*, 407-413.
- Schmitt, N. (1996). Uses and abuses of coefficient alpha. *Psychological Assessment, 8*, 350-353.
- Schmitt, D. (2008). Big five traits related to short-term mating: From personality to promiscuity across 46 nations. *Evolutionary Psychology, 6*, 246-282.
- Schmitt, D., Allik, J., McCrae, R., & Benet-Martínez, V. (2007). The geographic distribution of big five personality traits: Patterns and profiles of human self-description across 56 nations. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 38*, 173-212.
- Schwartz, K.D., & Fouts, G.T. (2003). Music preferences, personality style, and developmental issues of adolescents. *Journal of Youth and Adolescence, 32*, 205-221.
- Silva, A. V., & Günther, H. (1999). Comportamento de ajuda no contexto urbano: Um estudo experimental por meio do telefone. *Psicologia: Teoria & Pesquisa, 15*, 189-197.
- Silva, A. V., & Günther, H. (2001). Ajuda entre passageiros de ônibus. *Estudos de Psicologia (Natal), 6*, 75-82.
- Silva, A.V., Günther, H., Lara, A. A., Cunha, L. F., & Almeida, V. J. S. (1998). Técnica da carta-perdida como instrumento de pesquisa social: um estudo sobre preconceito e ajuda. *Psicologia: Reflexão & Crítica, 11*, 117-134.

- Sikkema, P. (1999). *Jongeren 890–990: Een generatie waar om gevochten wordt* [Youth 890–990: A generation that is being fought for]. Amsterdam: Interview-NSS.
- Simpson, J. A., & Beckes, L. (2010). Evolutionary perspectives on prosocial behavior. In M. Mikulincer & P. R. Shaver (Eds.), *Prosocial motives, emotions, and behavior: The better angels of our nature* (pp. 35-53). Washington, DC: American Psychological Association.
- Singer, S.L., Levine, M., & Jou, S. (1993). Heavy metal music preference, delinquent friends, social control and delinquency. *Journal of Research in Crime and Delinquency*, 30, 317-329.
- Sisto, F. F., & Martinelli, S. C. (2004). Estudo preliminar para a construção de uma escala de autoconceito infanto-juvenil (EAC-IJ). *Interação em Psicologia*, 8, 181-190.
- St. Lawrence, J. S., & Joyner, D. J. (1991). The effects of sexually violent rock music on males' acceptance of violence against women. *Psychology of Women Quarterly*, 15, 49–63.
- Street, H., Hoppe, D., Kingsbury, D., & Ma, T. (2004). The game factory: Using cooperative games to promote pro-social behavior among children. *Australian Journal of Educational & Developmental Psychology*, 4, 97-109.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics*. New York, NY: Pearson Education.
- Tanaka, O. Y., & Ribeiro, E. L. (2009). Ações de saúde mental na atenção básica: Caminho para ampliação da integralidade da atenção. *Ciência & Saúde Coletiva*, 14, 477-486.
- Tedeschi, J.T., & Felson, R.B. (1994). *Violence, aggression, & coercive actions*. Washington, DC: American Psychological Association.
- Tellegen, P. J., & Laros, J. A. (2004). Cultural bias in the SONR test: Comparative study of Brazilian and Dutch children. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 20, 103-111.
- Tekman, H. G., & Hortaçsu, N. (2002). Music and social identity: Stylistic identification as a response to musical style. *International Journal of Psychology*, 37, 227-285.
- Thomas, M., Horton, R., Lippincott, E., & Drabman, R. (1977). Desensitization to portrayals of real-life aggression as a function of exposure to television violence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 450-458.
- Timmerman, L., Allen, M., Jorgensen, J., Herrett-Skjellum, J., Kramer, M., & Ryan, D. (2008). A review and meta-analysis examining the relationship of music content with sex, race, priming, and attitudes. *Communication Quarterly*, 56, 303-324.
- Tremblay, R. E., Vitaro, F., Gagnon, C., Piche, C., & Royer, N. (1992). A prosocial scale for the Preschool Behaviour Questionnaire: Concurrent and predictive correlates. *International Journal of Behavioral Development*, 15, 227-245.
- Turner, C., & Berkowitz, L. (1972). Identification with film aggressor (covert role taking) and reactions to film violence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 21, 256-264.

- Vera-Noriega, J. A., Alvarez, R.M., Albuquerque, F. J. B., Pimentel, C. E., & Vasconcelos, T. C. (2011). Bem-estar subjetivo em estudantes universitários paraibanos. In S. C. Fernandes, C. E. Pimentel, V. V. Gouveia & J. L. A. Estramiana (Eds.), *Psicologia social: Perspectivas atuais e evidências empíricas* (pp. 113-125). São Paulo, SP: Casa do Psicólogo.
- Villani, S. (2001). Impact of media on children and adolescents: A 10-year review of the research. *Journal of American Academic of Child Adolescent Psychiatry, 40*, 392-401.
- Watson, D., Clark, L., & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: the PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology, 54*, 1063-1070.
- Yurdugül, H. (2008). Minimum sample size for Cronbach's coefficient alpha: A Monte-Carlo study. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 35*, 397-405.
- Zillmann, D. (1971). Excitation transfer in communication-mediated aggressive behavior. *Journal of Experimental Social Psychology, 7*, 419-434.
- Zillmann D. (1988). Cognition-excitation interdependencies in aggressive behavior. *Aggressive Behavior, 14*, 51-64.
- Zwick, W.R., & Velicer, W.F. (1986). Comparison of five rules for determining the number of components to retain. *Psychological Bulletin, 99*, 432-442.

8. ANEXOS**ANEXO I – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE PSICOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA SOCIAL,
DO TRABALHO E DAS ORGANIZAÇÕES
Caixa-Postal: 4500; CEP.: 70919-970
Tel (55 61) 3307.2625 ramal 201 ou FAX (55 61) 3272.22.93

Prezado (a) colaborador (a),

Estamos realizando uma pesquisa na cidade de Brasília com o propósito de explicar comportamentos sociais e gostaríamos de contar com sua colaboração respondendo este questionário.

Por favor, leia atentamente as instruções que encontrará nas próximas páginas, sem deixar qualquer das questões em branco. Esta pesquisa não representa qualquer tipo de risco para você. Na verdade, contribuirá para o desenvolvimento da psicologia em nosso país.

Para que você possa respondê-la com a máxima sinceridade e liberdade, queremos lhe garantir o caráter voluntário da participação. Não relacionaremos suas respostas ao indivíduo, sendo todas tratadas de modo anônimo e sigiloso. Antes de prosseguir, de acordo com o disposto nas resoluções 196/96 e 251/97 do Conselho Nacional de Saúde, faz-se necessário documentar seu consentimento.

Por fim, nos colocamos a sua inteira disposição para esclarecer qualquer dúvida que necessite poderá obter maiores informações em: <http://www.psi-ambiental.net/>

Desde já, agradecemos sua colaboração.

Termo de Consentimento

Assinando este termo, estou concordando em participar da pesquisa de doutorado do Prof. Msc. Carlos E. Pimentel, sob a orientação do Prof. Dr. Hartmut Günther, do Laboratório de Psicologia Ambiental do Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social, do trabalho e das Organizações.

Brasília, ____ de _____ de _____.

Assinatura do participante

ANEXO II - ESCALA DE COMPORTAMENTO PRO - SOCIAL

DO QUESTIONÁRIO DE CAPACIDADES E DIFICULDADES (SDQ, Goodman, 1997)

INSTRUÇÕES. Abaixo você encontrará alguns comportamentos do dia-a-dia. Por favor, responda com a máxima sinceridade e espontaneidade possível, lembrando que não existem respostas certas ou erradas. Na verdade, a resposta certa é a que melhor representa seu comportamento. Use a escala de frequência abaixo.

Itens:	Falso	Quase Falso	Nem falso Nem Verdadeiro	Quase verdadeiro	Verdadeiro
1. Tem consideração pelos sentimentos de Outras pessoas.	0	1	2	3	4
2. Tem boa vontade em compartilhar.	0	1	2	3	4
3. Mostra-se prestativo se alguém parece magoado.	0	1	2	3	4
4. É gentil com pessoas mais novas.	0	1	2	3	4
5. Frequentemente se oferece para ajudar Outras pessoas.	0	1	2	3	4

ANEXO III – ESCALA DE COMPORTAMENTO PRÓ-SOCIAL (Caprara & Pastorelli, 1993)

INSTRUÇÕES. Abaixo você encontrará algumas situações do dia-a-dia. Por favor, responda com a máxima sinceridade e espontaneidade possível, lembrando que não existem respostas certas ou erradas. Na verdade, a resposta certa é a que melhor representa seu comportamento. Use a escala de frequência abaixo.

0	1	2	3	4
Nunca	Quase nunca	Nem sempre nem nunca	Quase sempre	Sempre

1. ____ Eu tento fazer felizes as pessoas que estão tristes.

(I try to make sad people happier)

2. ____ Eu gasto tempo com meus amigos.

(I spend time with my friends)

3. ____ Quando eu tenho que fazer coisas que não gosto eu fico louco.*

(When I have to do things that I don't like I get mad)

4. ____ Eu tento ajudar os outros.

(I try to help others)

5. ____ Eu sou gentil.

(I am gentle)

6. ____ Eu choro por coisas que não importam.*

(I cry about things that don't matter)

7. ____ Compartilho coisas que gosto com os meus amigos.

(I share things I like with my friends)

8. _____ Eu me sinto irritado.*

(I feel annoyed)

9. _____ Ajudo os outros com seus trabalhos acadêmicos.

(I help others with their homework)

10. _____ Eu deixo os outros usarem meus pertences.

(I let others use my toys)

11. _____ Eu tenho pesadelos.*

(I have bad dreams)

12. _____ Gosto de me divertir com os outros.

(I like to play with others)

13. _____ Eu confio nos outros.

(I trust others)

14. Eu mordo minhas unhas.*

(I bite my fingernails)

15. Eu abraço meus amigos.

(I hug my friends)

*Itens-controle, que não entram no somatório de comportamentos pró-sociais

ANEXO IV – ESCALA DE PRÓ-SOCIABILIDADE (Caprara, Steca, Zelli & Capanna, 2005)

INSTRUÇÕES. As afirmações abaixo descrevem várias situações comuns. Não existem respostas “certas” ou “erradas”; a melhor resposta é a imediata e espontânea. Leia cuidadosamente cada frase e dê a resposta que melhor reflete sua primeira reação. Utilize a escala de resposta a baixo.

1	2	3	4	5
Nunca/quase nunca verdadeiro	Ocasionalmente verdadeiro	Às vezes verdadeiro	Freqüentemente verdadeiro	Sempre/quase sempre verdadeiro

1. ___Tenho o prazer de ajudar os meus amigos / colegas em suas atividades.

(I am pleased to help my friends/colleagues in their activities)

2. ___Compartilho minhas coisas com meus amigos.

(I share the things that I have with my friends)

3. ___Eu tento ajudar os outros.

(I try to help others)

4. ___Estou disponível para atividades voluntárias para ajudar aqueles que estão em necessidade.

(I am available for volunteer activities to help those who are in need)

5. ___Eu sou empático com aqueles que estão em necessidade.

(I am emphatic with those who are in need)

6. ___Eu ajudo imediatamente aqueles que estão precisando.

(I help immediately those who are in need)

7. ___Eu faço o que posso para ajudar os outros a evitar problemas.

(I do what I can to help others avoid getting into trouble)

8. ___Eu sinto intensamente o que os outros sentem.

(I intensely feel what others feel)

9. ____Prontifico-me a colocar o meu conhecimento e habilidades à disposição dos outros.
(I am willing to make my knowledge and abilities available to others)
10. ____Eu tento consolar aqueles que estão tristes.
(I try to console those who are sad)
11. ____Eu facilmente empresto dinheiro ou outras coisas.
(I easily lend money or other things)
12. ____Eu facilmente me coloco no lugar daqueles que estão em desconforto.
(I easily put myself in the shoes of those who are in discomfort)
13. ____Tento estar perto e cuidar de quem está em necessidade.
(I try to be close to and take care of those who are in need)
14. ____Eu facilmente compartilho com os amigos qualquer boa oportunidade que me vem.
(I easily share with friends any good opportunity that comes to me)
15. ____Eu passo o tempo com os amigos que se sentem sós.
(I spend time with those friends who feel lonely)
16. ____Eu imediatamente sinto o desconforto dos meus amigos, mesmo quando não se trata de algo diretamente relacionado a mim.
(I immediately sense my friends' discomfort even when it is not directly communicated to me)

ANEXO V – QUESTIONÁRIO DE COMPORTAMENTO PRÓ-SOCIAL (Preschool Social Behavior Questionnaire, Tremblay, Vitaro, Gagnon, Piché & Royer, 1992)

INSTRUÇÕES. Abaixo você encontrará alguns comportamentos realizados no dia-a-dia. Por favor, responda com a máxima sinceridade e espontaneidade possível, lembrando que não existem respostas certas ou erradas. Na verdade, a resposta certa é a que melhor representa seu comportamento. Use a escala de frequência abaixo.

0	1	2	3	4
Falso	Quase falso	Nem falso nem verdadeiro	Quase verdadeiro	Verdadeiro

1. _____ Quando há uma briga ou disputa tento pará-la.

(If there is a quarrel or dispute will try to stop it)

2. _____ Convido os espectadores a participar do jogo.

(Will invite bystanders to join in a game)

3. _____ Tento ajudar alguém que tenha sido ferido.

(Will try to help someone who has been hurt)

4. _____ Quando alguém deixa alguma coisa cair no chão, como lápis ou livros, espontaneamente eu ajudo a pegar estes objetos.

(Spontaneously helps to pick up objects with another children has dropped

[e.g. pencils, books, etc])

5. _____ Aproveito a oportunidade para elogiar o trabalho de pessoas com menos capacidade.

(Takes the opportunity to praise the work of less able children)

6. _____ Sou simpático com alguém que cometeu um erro.

(Shows sympathy to someone who has made a mistake)

- 7._____Ofereço-me a ajudar aqueles que têm dificuldades em tarefas acadêmicas.
(Offers to help other children who are having difficulty with a task in the classroom)
- 8._____Ajudo aqueles que estão se sentindo mal.
(Helps other children who are feeling sick)
- 9._____Conforto aqueles que estão chorando ou tristes.
(Comforts a child who is crying or upset)
- 10._____Voluntario-me a esclarecer uma confusão que alguém fez.
(Volunteers to help clear up a mess someone else has made)

**ANEXO VI – BREVE ESCALA DE DESEJABILIDADE SOCIAL (Crowne & Marlowe, 1960;
Gouveia et al., 2009)**

INSTRUÇÕES. Você encontrará abaixo uma lista de frases sobre traços e atitudes pessoais. Por favor, leia cada frase e indique se elas são verdadeiras (V) ou falsas (F) no que diz respeito à sua personalidade e comportamento.

1. Algumas vezes é difícil continuar com meu trabalho se não sou encorajado. V () F ()
2. Em algumas ocasiões eu já duvidei da minha capacidade para vencer na vida. V () F ()
3. Meus modos à mesa são tão bons em casa quanto em um restaurante. V () F ()
4. Gosto de fazer fofocas. V () F ()
5. Quando não sei algo, não me importo em admitir. V () F ()
6. Já insisti para as coisas serem feitas do meu jeito. V () F ()
7. Já senti vontade de quebrar coisas. V () F ()
8. Nunca me irrita quando pessoas expressam idéias muito diferentes das minhas. V () F ()

**ANEXO VIII – ESCALA DE AUTO-ESTIMA DE ROSENBERG (RSES, Rosenberg, 1965,
Garcia, 2009)**

INSTRUÇÕES. Usando a escala de resposta que vai de 1 a 5, indique o quanto concorda ou discorda com cada item; marcando um número no espaço ao lado. Por favor, seja o mais sincero possível nas suas respostas.

Itens	Discordo totalmente	Discordo	Nem concordo Nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
1.Eu sinto que tenho tanto valor quanto os outros.	1	2	3	4	5
2.Eu sinto que tenho muitas qualidades positivas.	1	2	3	4	5
3.Em geral, eu me sinto quase um fracasso*.	1	2	3	4	5
4.Eu sinto que sou capaz de fazer coisas tão bem quanto a maioria das pessoas.	1	2	3	4	5
5.Às vezes sinto que não tenho muitos motivos do que me orgulhar*.	1	2	3	4	5
6.Em geral, estou satisfeito comigo mesmo.	1	2	3	4	5
7.Gostaria de ter mais respeito por mim mesmo*.	1	2	3	4	5
8.Às vezes me sinto inútil*.	1	2	3	4	5
9.Às vezes acho que não valho nada*.	1	2	3	4	5

*Itens invertidos

**ANEXO IX – FATOR DE AGRADABILIDADE DO INVENTÁRIO DOS CINCO GRANDES
FATORES DE PERSONALIDADE (BFI, John & Srivastava, 1999)**

INSTRUÇÕES. A seguir encontram-se algumas características que podem ou não lhe dizer respeito. Por favor, escolha um dos números na escala abaixo que melhor expresse sua opinião em relação a você mesmo e anote no espaço ao lado de cada afirmação. Vale ressaltar que não existem respostas certas ou erradas. Utilize a seguinte escala de resposta:

Eu me vejo como alguém que... (I see Myself as Someone Who...)	Discordo Totalmente	Discordo	Nem concordo Nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente
1) ...tende a encontrar defeitos nos outros*. (tends to find fault with others)	1	2	3	4	5
2)...é colaborador e ajuda os outros. (is helpful and unselfish with others)	1	2	3	4	5
3)...inicia brigas com os outros. (Starts quarrels with others)	1	2	3	4	5
4)...tem a natureza de perdoar. (Has a forgiving nature)	1	2	3	4	5
5)...é geralmente confiável. (Is generally trusting)	1	2	3	4	5
6)...pode ser frio e distante*. (Can be cold and aloof)	1	2	3	4	5
7)...é atencioso e gentil com quase todos. (Is	1	2	3	4	5

considerate and kind to almost everyone)					
8)...às vezes é rude com os outros*. (Is sometimes rude to others)	1	2	3	4	5
9)...gosta de cooperar com os outros. (Likes to cooperate with others)	1	2	3	4	5

*Itens invertidos

ANEXO X – INVENTÁRIO DE PERSONALIDADE DE DEZ ITENS (TIPI, Gosling, Rentfrow & Swan, 2003)

INSTRUÇÕES. Agora você encontrara traços de personalidade que pode dizer respeito a você em algum grau. Por favor, escreva um número ao lado de cada afirmação indicando em que medida você concorda ou discorda. Você deve avaliar em quem medida o par de traços se aplica a você, ainda que alguns se apliquem mais fortemente que outros.

1	2	3	4	5	6	7
Discordo fortemente	Discordo moderadamente	Discordo um pouco	Nem concordo nem discordo	Concordo um pouco	Concordo moderadamente	Concordo fortemente

Eu me vejo como alguém...

1. _____ Extrovertido, entusiasta.
(Extraverted, enthusiastic)

6. _____ Reservado, quieto*.
(Reserved, quiet)

2. _____ Crítico, briguento*.
(Critical, quarrelsome)

7. _____ Simpático, acolhedor.
(Sympathetic, warm)

3. _____ Confiável, auto-disciplinado.
(Dependable, self-disciplined)

8. _____ Desorganizado, descuidado*.
(Disorganized, careless)

4. _____ Ansioso, que se chateia facilmente*.
(Anxious, easily upset)

9. _____ Calmo, emocionalmente estável.
(Calm, emotionally stable)

5. _____ Aberto a novas experiências, complexo.
(Open to new experiences, complex)

10. _____ Convencional, sem criatividade*.
(Conventional, uncreative)

*Itens invertidos

**ANEXO XI – ESCALA DE AFETOS POSITIVOS E NEGATIVOS (PANAS, Watson,
Clark & Tellegen, 1988; Galinha & Pais-Ribeiro, 2005)**

INSTRUÇÕES. Esta escala consiste de um conjunto de palavras que descrevem diferentes sentimentos e emoções. Leia cada item e marque a resposta apropriada no espaço ao lado da palavra. Indique em que medida você se sente assim agora, ou seja, neste momento. Use a seguinte escala para registrar suas respostas.

1	2	3	4	5
Muito pouco ou nada	Um pouco	Moderadamente	Bastante	Extremamente

1. _____ interessado
(interested)

6. _____ amável
(attentive)

2. _____ animado
(excited)

7. _____ entusiasmado
(enthusiastic)

3. _____ inspirado
(inspired)

8. _____ orgulhoso
(proud)

4. _____ enérgico
(strong)

9. _____ alerta
(alert)

5. _____ determinado
(determined)

10. _____ ativo
(active)

ANEXO XII - LETRA DE MÚSICA PRÓ-SOCIAL, Help! (Beatles, 1965)

Help!

Help, I need somebody

Help, not just anybody

Help, you know I need someone, help!

When I was younger, so much younger than today

I never needed anybody's help in anyway

But now these days are gone, I'm not so self assured

Now I find I've changed my mind and opened up the doors

Help me if you can, I'm feeling down

And I do appreciate you being round

Help me, get my feet back on the ground

Won't you please, please, help me

And now my life has changed in oh so many ways

My independence seems to vanish in the haze

But every now and then I feel so Insecure

I know that I just need you like I've never done before

Help me if you can, I'm feeling down

And I do appreciate you being round

Help me, get my feet back on the ground

Won't you please, please, help me

When I was younger, so much younger than today

I never needed anybody's help in anyway

But now these days are gone, I'm not so self-assured

Now I find I've changed my mind and opened up the doors

Help me if you can, I'm feeling down

And I do appreciate you being round

Help me, get my feet back on the ground

Won't you please, please, help me, help me, help me, oh

Socorro!

Socorro! Eu preciso de alguém!

Socorro! Não qualquer pessoa

Socorro! Você sabe que eu preciso de alguém socorro!

Quando eu era jovem, muito mais jovem que hoje

Eu nunca precisei da ajuda de ninguém em nenhum sentido

E agora estes dias se foram, eu não sou uma pessoa assim tão segura

Agora eu acho. Eu mudei minha mente e abri as portas

Ajude-me, se você puder, eu me sinto pra baixo

E eu aprecio você estar por perto

Ajude-me, coloque meus pés de volta no chão.

Você não vai, por favor, ajudar-me?

E agora minha vida mudou em muitos sentidos

Minha independência parece dissipar-se na neblina

Mas de vez em quando me sinto tão inseguro

Eu sei que preciso de você como nunca precisei antes

Ajude-me, se você puder, eu me sinto pra baixo

E eu aprecio você estar por perto

Ajude-me, coloque meus pés de volta no chão.

Você não vai, por favor, ajudar-me?

Quando eu era jovem, muito mais jovem que hoje

Eu nunca precisei da ajuda de ninguém em nenhum sentido

E agora estes dias se foram, eu não sou uma pessoa assim tão segura

Agora eu acho. Eu mudei minha mente e abri as portas

Ajude-me, se você puder, eu me sinto pra baixo

E eu aprecio você estar por perto

Ajude-me, coloque meus pés de volta no chão.

Você não vai, por favor, por favor, ajudar-me, ajudar-me,ajudar-me,oh.

ANEXO XIII – LETRA DE MÚSICA NEUTRA, Octopus's Garden (Beatles, 1969)

I'd like to be under the sea
In an octopus' garden in the shade
He'd let us in, knows where we've been
In his octopus' garden in the shade

I'd ask my friends to come and see
An octopus' garden with me
I'd like to be under the sea
In an octopus' garden in the shade.

We would be warm below the storm
In our little hideaway beneath the waves
Resting our head on the sea bed
In an octopus' garden near a cave

We would sing and dance around
because we know we can't be found
I'd like to be under the sea
In an octopus' garden in the shade

We would shout and swim about
The coral that lies beneath the waves
(Lies beneath the ocean waves)
Oh what joy for every girl and boy
Knowing they're happy and they're safe
(Happy and they're safe)

We would be so happy you and me
No one there to tell us what to do
I'd like to be under the sea
In an octopus' garden with you.

Jardim do Polvo

Eu gostaria de estar sob o mar
Em um jardim do polvo, na sombra
Ele nos deixaria entrar, sabe onde temos estado
Em seu jardim de polvo, na sombra

Eu chamaria meus amigos para vir e ver
Um jardim de polvo comigo
Eu gostaria de estar debaixo do mar
Num jardim de polvos, na sombra

Nós estaríamos aquecidos embaixo da tempestade
Em nosso pequeno refúgio embaixo das ondas
Descansando nossa cabeça no leito do mar
Num jardim dos polvos, perto de uma caverna

Nós iríamos cantar e dançar
porque sabemos que não seremos encontrados
Eu gostaria de estar debaixo do mar
Num jardim dos polvos, na sombra

Nós bradaríamos e nadaríamos perto do
Coral, que se situa abaixo das ondas
(Repousa abaixo das ondas oceânicas)
Oh, que alegria para cada garota e garoto
Sabendo que eles estão felizes e que eles estão seguros
(Felizes e eles estão seguros)

Nós seríamos tão felizes, eu e você
Ninguém nos diria o que fazer
Eu gostaria de estar debaixo do mar
Num jardim dos polvos com você

**ANEXO XIV - ESCALA DE EXCITAÇÃO PERCEBIDA (Perceived Arousal Scale, Anderson,
Deuser, & DeNeve, 1995)**

INTRUÇÕES. Diferentes pessoas reagem muito diferentemente a mesmas situações. Abaixo você encontra diversas palavras que representam como podemos nos sentir. Indique em que medida você se sente no presente momento, usando a escala de 5 pontos abaixo.

Escreve o número correspondente para sua avaliação ao lado de cada palavra:

1	2	3	4	5
Muito pouco ou nada	Um pouco	Moderadamente	Muito	Extremamente
1. ___ active (ativo)	7. ___ alert (alerta)	13. ___ aroused (despertado)		19. ___ depressed* (deprimido)
2. ___ drowsy* (sonolento)	8. ___ dull* (parado)	14. ___ energetic (enérgico)		20. ___ excited (excitado)
3. ___ exhausted* (exausto)	9. ___ fatigued* (fatigado)	15. ___ forceful (forte)		21. ___ inactive* (inativo)
4. ___ lively (vívido)	10. ___ powerful (potente)	16. ___ quiet* (tranquilo)		22. ___ sharp (esperto)
5. ___ sleepy* (mole)	11. ___ slow* (lento)	17. ___ sluggish* (preguiçoso)		23. ___ tired* (cansado)
6. ___ vigorous (vigoroso)	12. ___ weak* (fraco)	18. ___ weary* (enfadonho)		24. ___ worn-out* (estafado)

*itens negativos

ANEXO XV – TAREFA DE COMPLETAR PALAVRAS (Greitemeyer, 2009ab)

INSTRUÇÕES. Por favor, preencha os espaços em branco abaixo para formar palavras completas. Tente completar o maior número possível de palavras. O comprimento do sublinhando não indica quantas letras estão faltando.

(Dar)	___r	(Mar)
(Amor)	A__or	(Ator)
(Moral)	M__ral	(Mural)
(Ajuda)	A__a	(Aluga)
(Caridade)	C__dade	(Claridade)
(Cuidar)	C__ar	(Chorar)
(Virtuoso)	Virt__	(Virtual)
(Honrado)	Ho__o	(Horário)
(Nobre)	No__	(Nosso)
(Doação)	__ação	(Natação)
(Contribuição)	Con____ção	(Consolidação)
(Bondoso)	__oso	(Gostoso)
(Fornecer)	____cer	(Crescer)
(Ético)	__ico	(Cético)
(Bom)	__om	(Tom)
(Certo)	__erto	(Perto)
(Salvar)	S__ar	(Sangrar)
(Camarada)	Ca____a*	(Cachaça)

*Apenas essa coluna do meio é apresentada aos sujeitos.

ANEXO XVI – LETRA DE MÚSICA PRÓ-SOCIAL, Caridade (Nelson Cavaquinho, 1970)

Não sei negar esmola
A quem implora a caridade
Me compadeço sempre de quem tem necessidade
Embora algum dia eu receba ingratidão
Não deixarei de socorrer a quem pedir o pão
Eu nunca soube evitar de praticar o bem
Porque eu posso precisar também

Sei que a maior herança que eu tenho na vida
É meu coração, amigo dos aflitos
Sei que não perco nada em pensar assim
Porque amanhã não sei o que será de mim...

ANEXO XVII – LETRA DE MÚSICA NEUTRA, Feitiço da Vila (Noel Rosa, 1934)

Quem nasce lá na Vila
Nem sequer vacila
Ao abraçar o samba
Que faz dançar os galhos,
Do arvoredo e faz a lua,
Nascer mais cedo.
Lá, em Vila Isabel,
Quem é bacharel
Não tem medo de bamba.
São Paulo dá café,
Minas dá leite,
E a Vila Isabel dá samba.
A vila tem um feitiço sem farofa
Sem vela e sem vintém
Que nos faz bem
Tendo nome de princesa
Transformou o samba
Num feitiço descente
Que prende a gente
O sol da Vila é triste
Samba não assiste
Porque a gente implora:
"Sol, pelo amor de Deus,
não vem agora
que as morenas
vão logo embora
Eu sei tudo o que faço
sei por onde passo
paixão não me aniquila
Mas, tenho que dizer,
modéstia à parte,
meus senhores,
Eu sou da Villa!

ANEXO XVIII – Letras de músicas anti-sociais, Porrada (Titãs, 1986)

Porrada

Nota dez para as meninas

Da torcida adversária

Parabéns aos acadêmicos

Da associação

Saudações para os formandos

Da cadeira de direito

A todas as senhoras

Muita consideração...

Porrada!

Nos caras

Que não fazem nada...(2x)

Medalhinhas

Para o presidente

Condecorações

Aos veteranos

Bonificações

Para os bancários

Congratulações

Para os banqueiros...

Porrada!

Nos caras

Que não fazem nada...(2x)

Distribuição de panfletos

Reivindicação dos direitos

Associação de pais e mestres

Proliferação da espécie...

Porrada!

Porrada! Porrada!

Porrada!

Nos caras

Que não fazem nada...

Nota Dez!

Nota dez para as meninas

Da torcida adversária

Parabéns aos acadêmicos

Da associação

Saudações para os formandos

Da cadeira de direito

A todas as senhoras

Muita consideração...

Porrada! Porrada!

Nos caras

Que não fazem nada...(2x)

Medalhas

Para o presidente

Condecorações

Aos veteranos

Bonificações

Para os bancários

Congratulações

Para os banqueiros...

Porrada! Porrada!

Nos caras

Que não fazem nada...(2x)

Distribuição de panfletos

Reivindicação dos direitos

Associação de pais e mestres

Proliferação da espécie...

Porrada!

Porrada! Porrada!

Porrada!

Nos caras

Que não fazem nada...

ANEXO XIX - LETRA DE MÚSICA NEUTRA, AAUU (Titãs, 1986)

AA! UU! AA! UU!
AA! UU! AA! UU!
Estou ficando louco
De tanto pensar
Estou ficando rouco
De tanto gritar...(2x)
AA! UU! AA! UU!
AA! UU! AA! UU!
Eu como, eu durmo
Eu durmo, eu como
Eu como, eu durmo
Eu durmo, eu como...
Está na hora de acordar
Está na hora de deitar
Está na hora de almoçar
Está na hora de jantar...(2x)
AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA!
AA! UU! AA! UU!
AA! UU! AA! UU!
AA! UU! AA! UU!
AA! UU! AA! UU!
Estou ficando cego
De tanto enxergar
Estou ficando surdo
De tanto escutar...(2x)
AA! UU! AA! UU!
AA! UU! AA! UU!
Não como, não durmo
Não durmo, não como
Não como, não durmo
Não durmo, não como...
Está na hora de acordar
Está na hora de deitar
Está na hora de almoçar

Está na hora de jantar...(2x)

AA! UU! AA! UU!

AA! UU! AA! UU!

ANEXO XX - QUESTIONÁRIO SÓCIO-DEMOGRÁFICO

INTRUÇÕES. Finalmente, para obter um perfil dos participantes deste estudo, pedimo-lhes que responda às seguintes perguntas:

- 1. Idade:** _____ anos **2. Sexo:** Masculino Feminino
- 3. Estado Civil:** Solteiro Casado Separado Outro (indique): _____
- 4. Curso:** _____ **5. Universidade/escola:** Pública () Privada ()
- 6. Qual seu grau de religiosidade? Circule a resposta.**
- Nada religioso (a) 1 2 3 4 5 Totalmente religioso (a)
- 7. Em comparação com as pessoas da sua cidade, você diria que sua família é da classe sócio-econômica (circule):**
- Baixa Média-Baixa Média Média-Alta Alta

POR FAVOR, CONFIRA SE NÃO DEIXOU NENHUM ITEM SEM RESPOSTA.

OBRIGADO PELA PARTICIPAÇÃO.