

**“Obesidade e formação de impressões: impacto nos processos de  
recrutamento e seleção ”**

**Carla da Conceição Brito**

**Dissertação para obtenção do grau de Mestre  
em Psicologia Social e das Organizações**

Trabalho elaborado sob a orientação da  
Prof. Doutora Gabriela Maria Ramos Gonçalves

Faro, 2013

**“Obesidade e formação de impressões: impacto nos processos de  
recrutamento e seleção”**

**Carla da Conceição Brito**

**Dissertação para obtenção do grau de Mestre  
em Psicologia Social e das Organizações**

Trabalho elaborado sob a orientação da  
Prof. Doutora Gabriela Maria Ramos Gonçalves

Faro, 2013

# **“Obesidade e formação de impressões: impacto nos processos de recrutamento e seleção”**

## **DECLARAÇÃO DE AUTORIA DE TRABALHO**

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

---

(Carla Brito)

**Copyright by**

**Carla da Conceição Brito**

A Universidade do Algarve tem o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicitar este trabalho de exemplares impressos reproduzidos em papel ou em forma digital, ou por outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, de o divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor.

Todos os trabalhos que se encontram presentes nesta dissertação foram referenciados de acordo com o Manual de Publicação da APA – 6.ª Edição (2010)

## AGRADECIMENTOS

Ao fim de 16 anos resolvi voltar a estudar, o que culminou na realização deste projeto, por isso, não posso de forma alguma deixar de agradecer a algumas pessoas, sem as quais não teria sido possível.

Começo por agradecer ao meu anjinho protetor, o meu pai, pois foi a ele que prometi voltar a estudar e ter força, coragem e empenho para subir mais este degrau da minha vida. Sei que foi ele que me empurrou nos momentos de desânimo e desespero e que me amparou nos momentos que considerava não ser capaz de continuar.

À Prof<sup>a</sup> Doutora Gabriela Gonçalves que além de ter sido minha Professora foi uma orientadora sempre disponível, entusiasta e incentivadora, sem a qual não teria sido possível concluí-lo com sucesso.

Agradeço às 184 pessoas que participaram voluntariamente neste projeto.

Ao meu marido Rui agradeço pela compreensão, por teres permanecido sempre ao meu lado, apesar das minhas constantes ausências e por teres feito de pai e mãe muitas noites.

À minha mãe a quem devo a força diária para não desistir deste percurso que ela sabia ser uma ambição antiga.

À minha filha Matilde, pelo tempo que não passei com ela, por seres a fonte da minha motivação e porque o teu sorriso conseguiu alegrar os piores momentos desta digressão.

Por último não posso deixar de agradecer aos meus colegas Clara, Tiago e Raquel, que contribuíram profundamente para que este sonho se tornasse realidade.

A todos eles o meu muito obrigado...

## RESUMO

O preconceito generalizado e a discriminação com base no peso têm sido documentadas em várias áreas, incluindo o emprego.

Esta investigação analisa a relação existente entre a aparência dos candidatos apresentada sob a forma de um *curriculum vitae* com fotografia e a decisão de recrutar para um cargo de contabilista. A amostra é composta por 181 indivíduos que avaliam as competências profissionais, a atração e as competências sociais de um candidato e decidem sobre a contratação de um candidato a uma vaga de emprego de acordo com um design multifatorial, 2 (Género do Participante: homem *vs.* mulher) X 2 (Género do Candidato: homem *vs.* mulher) X 2 (Físico: obeso *vs.* não obeso).

Os resultados mostraram que o género da fotografia tem influência na atração, especificamente as mulheres são consideradas mais atraentes que os homens e que o físico tem influência nas competências profissionais e na decisão de recrutar. Os candidatos não obesos são considerados mais competentes e são mais recrutados independentemente do género.

Estes resultados corroboram com a generalização de que as pessoas com sobrepeso e obesidade são preguiçosas, desmotivadas, têm falta de autoestima, menos competentes e descuidadas, este estereótipo é prevalentes e raras vezes desafiado pela sociedade ocidental.

Os resultados do estudo foram discutidos com base na sua pertinência científica e prática, nomeadamente ao nível da importância da aplicação da legislação do trabalho e de critérios imparciais em relação ao género e ao físico, passando pelo apelo aos indivíduos que realizam a função de recrutamento e seleção a dedicarem mais atenção à informação individualizada e às questões éticas.

Palavras-chave: Formação de Impressões, Efeito Halo, Aparência Física, e Atração Inicial

## *ABSTRACT*

Weight bias is a widespread form of prejudice and discrimination that has been documented in several areas, including employment.

This research examines the relationship between applicants' appearance (presented in the form of *curriculum vitae* with a photograph) and the decision to recruit someone for an accountant position. The sample consists of 181 participants who measure the professional skills, attractiveness and social skills of an applicant. They were asked to decide whether or not to recruit an applicant for a job position, according to a multifactorial design 2 (Participant Gender: male vs. female) X 2 (Applicant gender: man vs. female) X 2 (Physical appearance: obese vs. non-obese).

The results showed that applicant gender influences perceived attractiveness, with women being considered more attractive than men. Physical appearance was also shown to influence professional skills and the decision to recruit, in that non-obese applicants were perceived as more competent and were more recruited, regardless of gender.

These results give support to the generalization that overweighted and obese people are lazy, unmotivated, less competent, sloppy, and lack self-esteem. This stereotype is prevalent and rarely challenged in Western society.

The results were discussed in relation to their scientific and practical implications, namely the importance of labour legislation and impartial criteria regarding gender and physical structure. The importance of devoting more attention to individualized information and ethical issues in recruitment and selection processes was further considered.

Keywords: impression formation; halo effect; physical appearance; initial attraction

## ÍNDICE

INTRODUÇÃO .....	12
1. ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	15
1.1. Formação de Impressões/Efeito de halo .....	15
1.2. Aparência Física .....	19
1.3. Atração Inicial.....	23
2. INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA.....	25
2.1. Objetivos e delimitação do problema .....	25
2.2. Metodologia .....	27
2.2.1. População e Amostra.....	27
2.2.2. Instrumentos e material. ....	27
2.2.2.1 Paradigma experimental. ....	27
2.2.2.2. Operacionalização das variáveis.....	28
2.2.3. Procedimento. ....	30
2.3. Resultados.....	31
2.3.1 Variáveis de Controlo.....	31
2.3.2 Variável Atração. ....	31
2.3.3 Variável Competências Profissionais.....	33
2.3.4 Variável Sociabilidade. ....	34
2.3.5 Variável Decisão. ....	35
2.3.6 Correlações.....	36
3. DISCUSSÃO .....	38
4. CONCLUSÃO .....	43
BIBLIOGRAFIA .....	46
ANEXOS .....	51

## ÍNDICE GRÁFICOS

Gráfico 1-Efeito de interação físico x género do candidato nas competências profissionais	34
Gráfico 2-Efeito de interação físico x género do candidato na sociabilidade	35
Gráfico 3- Efeito de interação físico x género do candidato na decisão	36

## ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1- Plano Experimental e número de participantes por condição	26
Tabela 2 - Médias e desvio padrão da variável Atração Global em função do design	31
Tabela 3 – Médias e desvio padrão das sub escalas da Atração Global em função das variáveis independentes	32
Tabela 4 – Médias e desvio padrão da variável competências profissionais em função do design	33
Tabela 5 – Médias e desvio padrão da variável sociabilidade em função do design	35
Tabela 6 – Médias e desvio padrão da variável decisão em função do design	35

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Fotografia do Homem Não Obeso	28
Figura 2 – Fotografia do Homem Obeso	28
Figura 3 – Fotografia da Mulher Não Obesa	28
Figura 4 – Fotografia da Mulher Obesa	28

## INTRODUÇÃO

*“ A inveja de um homem orgulhoso é vista como diferente da inveja num homem modesto ”*

(Asch, 1946)

A competitividade organizacional é sinónimo de recursos tecnológicos, uma estrutura organizacional adequada, processos racionais de trabalho, produtos e serviços excelentes e a qualidade das pessoas que nelas trabalham. São estas que lidam com a tecnologia, criam e utilizam os processos de trabalho, compõem a estrutura organizacional, concebem produtos e serviços e atendem os clientes e por último são elas que proporcionam a qualidade e competitividade das organizações (Chiavenato, 2005).

Os custos de recrutamentos e seleção baseados em decisões erradas podem prejudicar uma organização, mas os benefícios de um bom recrutamento traduzem-se em melhor qualidade e num bom serviço ao cliente (Cowling & Mailer, 1998). A função de selecionar pessoas constitui a escolha exata da pessoa certa para o lugar certo, ou seja, a seleção procura, de entre vários candidatos, aqueles que são mais adequados para o cargo disponível, com o objetivo de aumentar a eficácia da organização (Chiavenato, 2005).

Os indivíduos que exercem funções de recrutamento e seleção estão sujeitos a julgar os candidatos a uma vaga de emprego de acordo com o aspeto, a capacidade para se exprimirem, a sociabilidade e a personalidade. A maioria dos critérios utilizados nas tomadas de decisão baseiam-se em características superficiais e não válidas (McQuaig, McQuaig, & McQuaig, 1988). Por isso, segundo Câmara, Guerra e Rodrigues (2005), antes de se dar início ao processo de recrutamento tem que ser definido qual a estratégia de preenchimento da vaga. O processo de recrutamento da vaga é complexo e desenvolve-se em várias etapas. Depois de uma cuidadosa análise dos *curricula vitae*, que deve obedecer a determinados parâmetros, demarcados pelo perfil da função, é possível rejeitar logo uma parte das candidaturas.

Pires (1992), acrescenta-nos ainda que, uma adequada política de seleção deve seguir algumas orientações: determinação das normas que regularão o desenvolvimento do processo; estabelecimento de diretrizes que deverão reger o próprio processo; estipulação dos procedimentos a seguir para alcançar os objetivos propostos;

determinação das várias técnicas/testes a aplicar aos candidatos e atribuição de responsabilidades na execução do processo e da tomada de decisão.

A seleção poderá ser mais ou menos influenciada por uma série de fatores, tais como: características e exigências do posto de trabalho; o número de candidatos a selecionar; a qualidade das técnicas de seleção utilizadas; o quadro de relações de trabalho e fatores discriminatórios (Pires, 1992). Os estudos indicam que a maioria das decisões dos recrutadores muda muito pouco após os primeiros quatro ou cinco minutos de contacto com o candidato (e.g., Forgas, 2011 & Robbins, 1999), pelo que os fatores que determinam a formação de impressões muitas vezes é baseado nos atributos físicos.

Cada vez mais, é comum ver-se o *curriculum vitae* acompanhado de fotografia, o que pode, muitas vezes condicionar um candidato a passar à fase seguinte num processo de seleção e recrutamento, ou seja o sucesso do candidato muitas das vezes depende da impressão positiva que causou através da sua aparência física (Forgas, 2011).

Segundo Cardoso (2001), o capital humano ou intelectual é considerado como uma das vertentes mais relevante nas empresas, torna-se essencial que as estratégias de recrutamento e seleção utilizadas sejam eficazes, para que não se comprometa o sucesso profissional, tornando-se fundamental perceber como é que a formação de impressões influencia a decisão final neste processo.

O *curriculum vitae* tem como objetivo fornecer as informações referentes aos dados pessoais, às habilitações académicas e profissionais, formação profissional e outras informações relevantes, para que o profissional de recrutamento e seleção proceda a uma pré-seleção, sendo nos dias de hoje cada vez mais usual e por vezes obrigatório acompanhá-lo com uma fotografia. Segundo Pires (1992), 90% dos candidatos são eliminados nesta fase da análise curricular, o que nos pode indicar que, muitas vezes a decisão é baseada em critérios menos objetivos, onde prevalece a impressão favorável ou desfavorável perante uma característica ou atributo como a idade, género, aparência física tal como por exemplo o grau de obesidade, de um candidato.

Os obesos são alvo de preconceito e discriminação a vários níveis: escolar, profissional, nas relações românticas e muitas vezes auferem salários mais baixos (Segal, Cardeal, & Cordás, 2002).

Como vimos anteriormente, as decisões por vezes são baseadas em atributos físicos, por isso é nosso objetivo avaliar o efeito destes atributos, no nosso caso

particular os candidatos obesos vs. não obesos e o seu género, apresentado sob a forma de *curriculum vitae* com fotografia para um processo de seleção e recrutamento.

Segundo a última atualização que remete a Março de 2013 da Organização Mundial de Saúde, a obesidade mundial quase duplicou desde 1980. Em 2008, mais de 200 milhões de homens e quase 300 milhões de mulheres eram considerados obesos ou com sobrepeso (WHO, 2013) No caso de Portugal, segundo a Direção Geral de Saúde (2007), 50% da população portuguesa sofre de excesso de peso e 15% é obesa, sendo um dos países europeus com maior prevalência de obesidade infantil.

Ainda segundo a o Inquérito Nacional de Saúde, (2007), em 2005/2006 18,6% da população com mais de 18 anos residentes no Continente tinha excesso de peso, o que é mais evidente nos homens 20,8% do que nas mulheres 16,6%, se falarmos em termos de obesidade verifica-se o oposto 16% de homens e 16,9% de mulheres.

Vários estudos se têm debruçado sobre a influência da aparência física na formação de impressões, uma vez que as pessoas atraentes são mais felizes e têm mais sucesso profissional (e.g., Puhl & Hauer, 2009).

Este trabalho está estruturado da seguinte forma: fundamentação teórica do estudo, (contextualização do tema, explanação dos modelos teóricos e estudos empíricos mais relevantes), fundamentação metodológica do estudo (objetivos e delimitação do problema, metodologia, apresentação e discussão dos principais resultados) e conclusão.

No primeiro capítulo faz-se uma pequena abordagem aos temas fundamentais da investigação, como a formação de impressões/efeito de halo e como são desenvolvidos os principais processos da formação de impressões, seguidamente é feita a análise do conceito aparência física, incidindo a reflexão sobre a obesidade em particular, referenciando-se os modelos teóricos mais relevantes e a sua importância nos dias de hoje na sociedade e por último neste capítulo é abordado o conceito da atração inicial e a formas de ativação do mesmo.

No segundo capítulo, temos os objetivos, a delimitação do problema e a metodologia utilizada. No terceiro a apresentação e discussão dos resultados, por fim no quarto capítulo a conclusão do trabalho de investigação e onde são sugeridas propostas para eventuais estudos futuros.

# 1. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

## 1.1. Formação de Impressões/Efeito de halo

Segundo Asch (1946), através de um olhar ou algumas palavras, a aparência ou o cheiro ou ainda os hábitos e comportamentos de um indivíduo, imediatamente formamos uma impressão do seu carácter. Subsequentemente, a observação pode enriquecer ou não a primeira impressão mas não podemos impedir o seu rápido crescimento, apesar de por vezes, não observarmos realmente nenhum destes atributos, nada demove a nossa certeza, mesmo que o indivíduo revele características diferentes já criámos uma impressão unificada através do efeito de halo.

O observador interpreta estes estímulos verbais ou não-verbais consoante o contexto em que se encontram, com base em estruturas de conhecimento tais como representações de traços e de comportamentos, de estereótipos, de situações sociais e de relações interpessoais que detém (Caetano, 2010).

Em termos históricos a temática da formação de impressões conheceu três grandes períodos:

- 1º período entre 1946 e fins dos anos 50 com a abordagem *gestáltica* ou configuracional de Asch, que considerava a integração da informação de modo a formar um todo coerente, os traços que caracterizam uma pessoa organizar-se-iam de tal modo que o todo seria diferente da soma das partes. Asch (1946) teorizou que a impressão formada sobre uma pessoa é resultado de uma conceção organizada e integrada da sua personalidade, sendo vista como uma pessoa “por inteiro” e não como a soma das partes. Os itens de informação disponíveis interagem entre si formando uma imagem global da pessoa, ainda que, nem todas as características dos indivíduos contribuam da mesma forma para a formação da impressão, havendo características mais centrais e outras mais secundárias que interferem na impressão total;

- 2º período entre o princípio dos anos 60 e meados dos anos 70 influenciado pela abordagem linear ou de integração da informação de Anderson, pressupõe que cada item de informação (com valor independente), dá o seu contributo próprio para a formação da impressão através de regras aditivas, multiplicativas ou de média. De entre estes itens os mais importantes são:

→ dá-se mais peso à informação que provem de fontes que confiamos do que à que provem de fontes que desconfiamos;

→ tendemos a valorizar a informação negativa como mais significativa do que a positiva (Byrne, 2004);

→ o grau com que a informação descreve comportamentos ou características que são incomuns ou extremas, estas têm maior peso;

→ a informação recebida em primeiro lugar tende a ser mais valorizada do que a informação recebida posteriormente (efeito de primazia).

De forma geral, no julgamento global de um indivíduo usamos uma “média” dos traços individuais que observamos, de forma idêntica à de encontrar a média matemática de vários números (Feldman, 2001).

Durante vários anos os seguidores de Asch e de Anderson opuseram-se às suas teorias, pois as pessoas tanto consideram a informação categoria como a individualizante (Leyens & Yzerbyt, 1999).

- 3º período fim dos anos 70, insere-se no quadro de abordagem da memória das pessoas ou cognição social, que analisa o processo através do qual se dá a aquisição, o armazenamento e a recuperação da informação que são essenciais para o processo da formação de impressões (Caetano, 2010; Fiske & Neuberg, 1990).

As estruturas de conhecimento devidamente armazenadas na memória, são ativadas pelo pensamento categórico e estas guiam o processamento da informação sobre os alvos de julgamento social, contribuindo decisivamente em tarefas como a avaliação e a formação de impressões (Asch, 1946; Pereira, 2008).

Segundo Fiske (1990), este modelo supõe um processo que vai desde a criação da impressão a partir de conceitos já existentes a processos de combinação linear dos atributos da pessoa alvo, tornando-se assim um processo contínuo. Segundo Leyens e Yzerbyt (1999), a passagem de uma etapa para outra depende de fatores contextuais como a motivação, os objetivos do percecionador, a natureza da informação acerca da pessoa alvo e a natureza do julgamento a efetuar.

Mas, para que se forme uma adequada impressão sobre alguém a motivação do percecionador não é o suficiente, sendo também influenciada pela atenção e pelas capacidades cognitivas tais como: as teorias implícitas da personalidade, os estereótipos, os constructos pessoais, os esquemas de si próprio, as heurísticas e os enviesamentos que lhes estão associados, fatores de ordem afetiva, demográficos e papéis sociais, são influenciadores na formação de impressões (Robins, 1999).

Este modelo desenvolvido por Fiske (1990), vai de uma opinião estritamente categorial a uma opinião específica, que só intervém em condições específicas. O modelo supõe a existência de cinco etapas. Automaticamente e de forma inconsciente, dá-se início à **categorização inicial** perante a pessoa estímulo, baseando-se em indícios físicos, características mais salientes e objetivas que permitam ativar estereótipos ou preconceitos, tal como a cor da pele, pertença sexual, deficiência física, modo de vestir, físico, etc. São características frequentemente associadas a categorias sociais, dando lugar imediatamente a inferências e expectativas.

Se pensarmos nos *curriculum vitae* que cada vez mais são acompanhados de fotografia, e considerarmos alguém atraente, poderemos automaticamente categorizá-la com outros atributos, tais como simpática, inteligente, etc. Se, por outro lado, a considerarmos menos atraente com base na obesidade, podemos categorizá-la com atributos menos positivos ou até mesmo negativos. Assim sendo, é necessária atenção e disponibilidade para perceber se a formação da impressão é estereotipada (baseada em categorias) ou individualizante (baseada em atributos).

O percecionador passa à segunda fase se estiver suficientemente com **atenção**, motivado e com capacidades para isso, dando-se assim, a **confirmação da categoria inicial**, uma vez que passou a dar atenção à informação disponível sobre os seus atributos e estes revelam-se consistentes com a categoria inicial (Leyens & Yzerbyt, 1999). Vejamos a situação real da análise de um *curriculum vitae*, o recrutador irá procurar aspetos positivos, tais como habilitações académicas, que vão confirmar ou não a categorização inicial que fez com base na fotografia, (se é atraente é inteligente). Se não se observar este processo passa-se à quarta etapa, por forma a **recategorizar**, recorrendo a uma subcategoria ou a uma categoria nova que vá de encontro às características da pessoa estímulo.

No entanto, passadas estas etapas caso ainda não tenha sido formada uma impressão da pessoa estímulo e o percecionador dispor de tempo e motivação processa a informação **peça a peça** (Fiske & Neuberg, 1990).

O facto de muitas das vezes não dispormos de tempo para utilizarmos os nossos recursos cognitivos leva a falhas quando se trata de julgar os outros, como resultado temos julgamentos menos precisos (Cuddy, Glick, & Beninger, 2011).

As pesquisas têm evidenciado que o calor e a competência são as duas dimensões universais da cognição social humana, tanto a nível individual como em grupo (Fiske, Cuddy, Glick, & Xu, 2002). A dimensão calor capta características que

estão relacionadas com a intenção percebida, incluindo simpatia, sinceridade, lealdade e moralidade, ao passo que a dimensão competência reflete traços que estão relacionados com a capacidade percebida, inteligência, habilidade, criatividade e eficácia. Quando os indivíduos interpretam o comportamento ou formam uma impressão o calor e a competência são dimensões básicas que juntas representam quase por inteiro a forma como se caracteriza o outro (Fiske, Cuddy, & Glick, 2006).

Observa-se assim, que nos processos de formação de impressões, quer resultantes da abordagem inicial quer de processamento cognitivo mais elaborado, um dos elementos primordial é o aspeto físico.

Formar uma impressão consiste então em, a partir de pouca informação criar uma representação coerente de um indivíduo, este processo está sujeito quer aos objetivos do percecionador quer a alguns fatores específicos, como é caso do efeito de halo e de ordem e as distorções de positividade e de negatividade, nesta investigação só iremos abordar o efeito de halo.

O efeito de halo acontece quando se forma uma impressão negativa ou positiva sobre alguém, e se percecionam características verbais ou não verbais, que são consistentes com a primeira impressão formada (Caetano, 2010; Dion, Berscheid, & Walster, 1972), melhor dizendo, é um viés cognitivo em que a perceção de uma característica é influenciada por informações, sobre outra característica muitas vezes irrelevante (Forgas & Laham, 2009).

Num estudo levado a cabo por Dion e colegas (1972), os autores apresentaram fotografias de homens e de mulheres avaliados segundo muito atraentes, média atração e nada atraentes a fim de serem classificados com base em sete características, os resultados revelaram que as pessoas mais atraentes foram classificadas com um nível mais alto em sete das características, ou seja, pelo facto de ter sido percecionado o traço beleza física como positivo ou negativo, os inquiridos fizeram inferências acerca de outras qualidades supostamente possuídas pela pessoa estímulo. Mais se concluiu que, os estímulos considerados mais atraentes teriam empregos mais importantes e seriam mais felizes. Um estudo de Herary e Mc David (1973) diz-nos que algo tão inócuo como o nome de uma pessoa pode também dar origem a efeitos de halo, professores de uma escola deram notas mais altas aos alunos quando estes tinham nomes mais populares e cristãos.

Segundo Forgas (2011), efeitos de halo diferem de efeitos de estereotipia, uma vez que nos efeitos de halo é uma característica única ou características da pessoa que

dão origem a inferências injustificadas, enquanto o efeito de estereotípias ocorre quando as características generalizadas de um grupo são aplicadas a um indivíduo associando-o a esse grupo.

Para Gilbert (1991), os efeitos de halo são mais prováveis de acontecer quando as pessoas utilizam o processamento rápido, automático e construtivo, mas desaparecem quando o processamento é mais elaborado.

Os grupos estigmatizados segundo McConnell, Strain, Rydell e Mackie (2008), enfrentam grandes desafios na mudança de atitudes implícitas dos outros em relação a eles, num estudo realizado os grupos estigmatizados demonstravam atitudes favoráveis e no entanto não desfrutavam da aprovação implícita dos outros, enquanto os grupos valorizados podiam ter atitudes impróprias e usufruíam da aceitação dos outros na mesma.

Num contexto de análise curricular, o recrutador pode ser influenciado de forma positiva ou negativa por uma característica sobre outras, baseando a sua impressão global numa característica que se evidenciou, pois segundo Robbins (1999), podemos inferir uma impressão geral acerca de um indivíduo com base numa única característica, como a inteligência, a sociabilidade e/ou um atributo físico. No nosso estudo iremos abordar a característica género e o atributo físico obesidade tentando perceber até que ponto o recrutador é influenciado de forma positiva ou negativa e toma decisões com base nestas características dos candidatos.

## **1.2. Aparência Física**

As várias sociedades e culturas atuam sobre o corpo, construindo-o e evidenciando determinados atributos em prejuízo de outros, criando os seus próprios padrões de beleza, sensualidade, saúde e postura, que irão estruturar as referências dos indivíduos, para se construírem como homens e mulheres (Barbosa, Matos, & Costa, 2011). Na sociedade em que vivemos o corpo e o culto da beleza, aparecem como sendo um dos principais fatores da adolescência, que podem causar insatisfação com a aparência, um desajustamento psicológico e distúrbios nutricionais (Sousa, 2008).

As pressões sociais elevam a magreza segundo padrões rígidos de beleza e normalizam cada vez mais perfis antropométricos finos. As representações sociais do corpo ideal são ancoradas a imagens de juventude, beleza, vigor e saúde e os meios de comunicação perpetuam esta “obsessão com a aparência” que a própria sociedade

constrói. Procurando identificar-se com um grupo social, o Homem tenta aproximar-se e ir de encontro a estas normas, causando o aparecimento do conceito “indivíduo desviante” que indica quem não vai de encontro com estas normas (Bosi, Luiz, Morgado, Costa, & Carvalho, 2006).

Uma série de estudos sugere que as sociedades com recursos pobres preferem um corpo feminino mais pesado do que as sociedades mais prósperas, variando o ideal conforme os grupos raciais e os ambientes (e.g., Tovée, 2006). Segundo um estudo realizado no Reino Unido um corpo curvilíneo é associado a um bom estado de saúde e de fertilidade, o mesmo corpo visto por habitantes Africanos é associado com um status socioeconómico baixo, a uma má nutrição e a doenças, sendo um corpo feminino mais pesado percebido como riqueza, status elevado e de boa saúde, não se podendo assim, desenvolver uma preferência por um determinado tamanho ou forma se não se estiver presente no meio ambiente (Clark, Niccolai, Kissinger, & Bouvier, 1999; Mvo, Dick, & Steyn, 1999).

A aparência física tem um papel primordial na formação de estereótipos, dado ser a forma mais homogeneizante dos elementos de um grupo (Zebrowitz, 1996), no entanto, demonstra o estudo de Currie (2009), que a atratividade facial é mais importante em situações de recrutamento do que a atratividade física, sendo o corpo considerado importante nas avaliações masculinas sob uma condição de curto prazo. Os estudos feitos sobre os estereótipos e a aparência física revelam as generalizações negativas em relação aos obesos, mulheres e negros (Paim & Pereira, 2011).

Vários investigadores estudaram a formação dos estereótipos sobre o ideal de magreza e de autoestima, evidenciando o impacto que a aparência tem em vários campos como o julgamento em tribunal de um indivíduo e em como as proeminências das características físicas são determinantes nas relações interpessoais (Klaczynski, Gool, & Mudry, 2004; Levesquel & Lowe, 1999). Observa-se nestes estudos a saliência dada às características físicas como fundamento para categorizar um alvo e identificá-lo como pertencente a um grupo, para além de que, quanto mais evidente for a característica mais vulnerável é o alvo ao estereótipo.

Através da estrutura física do indivíduo, podemos passar a categorizar a pessoa obesa com base nas nossas crenças, deste modo as condutas negativas que se atribuem às pessoas obesas tendem a explicar-se por causas internas e estáveis (*os obesos não se cuidam...são assim por sua culpa...não fazem nada para mudar*) ou a causas externas e

instáveis (...prática atividade física moderada porque encontrou um companheiro que o obriga...) (McConnell *et al.*, 2008).

Uma forma evidente de discriminação baseada no estereótipo da aparência física são os anúncios de empregos que exigem boa aparência para determinadas funções, ou seja, para além das habilitações académicas e experiência profissional é necessário uma boa aparência como uma exigência para a contratação de um candidato.

Assim sendo, uma vez que a obesidade é uma epidemia, tornou-se imerso num contexto marcadamente estigmatizado. Na verdade os obesos são alvos de preconceito, discriminação e altamente estigmatizados a vários níveis: escolar, profissional, nos cuidados de saúde, instituições e instalações de ensino, nas relações românticas e maioritariamente auferem salários mais baixos (Segal *et al.*, 2002), muitas vezes devido a estereótipos negativos de que as pessoas com sobrepeso e obesidade são preguiçosas, desmotivadas, têm falta de autoestima, menos competentes e descuidados. Estes estereótipos são prevalentes e raras vezes desafiados pela sociedade ocidental, deixando pessoas com sobrepeso e obesas vulneráveis à injustiça social, redução da qualidade de vida e tratamento injusto (Puhl & Heuer, 2009).

Rodbard, Fox, e Gandy (2009), realizaram um estudo nos Estados Unidos que pretendeu avaliar o impacto da obesidade na ausência ao trabalho, produtividade, interrupção no trabalho, na vida social e familiar, entre indivíduos de diferentes índices de massa corporal (IMC), concluindo-se que existe um maior comprometimento do trabalho e das atividades diárias entre os indivíduos obesos.

As qualidades e atributos que caracterizam ambos os géneros estão bastante claros e presentes na sociedade. Os aspetos mais salientes na avaliação feita em relação ao homem estão associados com a forma física, o sucesso profissional e social e a apetência em relação à mulher é a fragilidade, o erotismo e a reprodução (Goellner, 1999), sendo esta ideologia resultado de uma construção cultural, de um dinamismo tão articulado e de uma força tal, que acaba parecendo aos olhos dos indivíduos uma construção universal e natural. As mulheres têm vindo a avançar social e profissionalmente, refletindo uma diminuição em relação à discriminação feminina direta, no entanto novas formas de discriminação ganham força sob a forma de atitudes preconceituosas camufladas definida como sexismo (Glick & Fiske, 2011).

Existem barreiras subtis e invisíveis muito fortes que impedem as mulheres de ascender a posições de topo nas hierarquias organizacionais e de maior responsabilidade, pelo simples facto de serem mulheres (Morrison & Von Glinow,

1990). Segundo Morris (2007), o homem é menos estigmatizado em relação ao peso do que a mulher, pois segundo um estudo realizado, existem em todas as categorias de índice de massa corporal mais homens empregados do que mulheres, o que resulta numa maior taxa de desemprego por parte das mulheres. A discriminação em termos de gênero também está associada ao tipo de profissão, pois existem diferentes oportunidades de emprego em função do sexo, e da atratividade física, existindo profissões mais associadas ao homem e outras mais associadas à mulher. A imagem estereotipada de que uma função é típica de um determinado gênero vai influenciar a seleção, uma vez que combina características dos candidatos com exigências da função (Jawahar & Mattson, 2005).

Segundo Swami (2008), ser fisicamente atraente pode estar fortemente relacionado com autoconfiança, uma vez que, os candidatos fisicamente atraentes demonstram mais confiança na capacidade para resolver uma tarefa, mais competentes (Shahani, Dipboye, & Gehrlein, 1993), mais inteligentes e adaptáveis (Eagly, Ashmore, Makhijani, & Longo, 1991), mais sociáveis, bem-sucedidos e mais felizes, o que se pode tornar atraente aos olhos dos empregadores.

Tem sido demonstrado que as pessoas têm fortes avaliações negativas acerca dos obesos, dos não atraentes e dos indivíduos de raça diferente, o que pode afetar claramente as avaliações e os julgamentos. Contudo, a obesidade e a raça fornecem indícios negativos e os indivíduos não atraentes podem por vezes fornecer estímulos positivos, uma vez que as pessoas que não são fisicamente atraentes são consideradas competentes em domínios alheios à sua aparência, enquanto, os fisicamente atraentes são vistos muito negativamente fora do âmbito das suas competências (McConnell *et al.*, 2008).

A aparência física é uma característica benéfica em termos de seleção, colocação e promoção, especulando-se até que ponto os técnicos de recursos humanos conseguem evitar o viés de atratividade, sendo este desvio muitas vezes justificado pelo efeito de desempate, que prevê que a aparência dos candidatos passe a ser fator determinante na contratação e promoção quando as qualificações dos candidatos são semelhantes (Ilkka, 1995).

### **1.3. Atração Inicial**

A Atração Inicial refere-se à atração sentida no primeiro momento em que duas pessoas se veem (Rodrigues & Marques 2005).

Segundo Osborn (2006), ao longo do tempo os ideais de beleza da mulher roliça à mulher magra alteraram-se conforme a época. Esta alteração faz com que os instintos de atratividade mudassem, além de se alterarem devido a outros fatores biológicos e culturais.

Diz-nos Felmlee (2010), que alguns dos principais preditores da atração são a proximidade, a semelhança, a atratividade física e o gosto recíproco. Um fator considerado adicional é a familiaridade pois explica a associação de vários outros fatores como a atração, a proximidade e a semelhança o que vai de encontro ao que foi dito por Meston e Frohlich (2003) que existem fatores pessoais e situacionais tais como a atratividade física percebida ou a partilha do mesmo espaço de trabalho, que atuam como facilitadores da voluntariedade para estabelecer uma primeira interação.

Um dos fatores que pode inibir ou mesmo contrariar o julgamento da atratividade são as características da pessoa alvo, no entanto ao contrário dos homens, as mulheres dão menos importâncias às características físicas, mas sim a outros tributos como a ambição, a profissão o “status” social (Buss, 1993; Kniffin & Wilson, 2004; Rodrigues & Marques, 2005), homens mais velhos, trabalhadores e ambiciosos, demonstrando estas características, capacidade de adquirir recursos (Currie & Little, 2009).

Li e colegas (2002), investigaram quais as características que eram consideradas necessárias num potencial parceiro a longo prazo, demonstrando que as escolhas são diferentes entre macho e fêmea. Embora ambos considerem a inteligência uma necessidade, os machos também consideram a atratividade física, enquanto as fêmeas consideram os rendimentos/recursos como uma necessidade. Segundo Kniffin (2004), a beleza percebida de um parceiro social pode ser influenciada por traços físicos tais como a juventude, a cintura-quadril, a proporção e simetria bilateral e por traços não físicos como gostar, respeito, familiaridade e objetivos comuns, sendo as fêmeas mais fortemente influenciadas por fatores não-físicos do que os homens. Os homens são mais influenciados por características físicas quando avaliam mulheres do que quando avaliam homens uma vez que as características físicas por si só são especialmente importantes para as relações sexuais.

Alguns estudos também demonstram que os indivíduos percebidos como fisicamente mais atraentes são também considerados mais inteligentes do que os fisicamente não atraentes (Eagly *et al.*, 1991; Kanazawa & Kovar, 2004).

Gladue (1990) diz-nos que a simples disponibilidade e o fator tempo podem influenciar a percepção da atratividade física, mais recentemente Jensen-Campbell, Graziano e West (1995), inspirados na psicologia evolutiva, dizem-nos que o *status* social também contribui de forma significativa para o aumento da atratividade física.

Langlois e colegas (2000), relataram que a atratividade pode influenciar as tomadas de decisão a um nível subconsciente, a percepção de um indivíduo atraente provoca sentimentos positivos no decisor fazendo com que ele ou ela julguem o estímulo mais favoravelmente. O fisicamente atraente ao contrário de outros estereótipos, parece afetar a formação de impressões inclusive em situações de decisão nomeadamente no processo de seleção.

## 2. INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA

### 2.1. Objetivos e delimitação do problema

Vários estudos se têm debruçado sobre a questão da obesidade e do género na formação de impressões, no preconceito e na discriminação no recrutamento. Utilizam várias fotografias de indivíduos obesos vs. não obesos ou outras características físicas para além do peso (cor de olhos, cabelo, pele, etc) diferentes, que podem influenciar a opção dos inquiridos, mas maioritariamente são estudos aplicados em ambiente académico a indivíduos com pouca ou nenhuma experiência em termos profissionais (e.g., Bastos, 2006).

Esta investigação vai um pouco mais longe, ao manipular somente a fotografia de dois candidatos em termos de peso e de género, permitindo realmente perceber se a obesidade e o género interferem na decisão final, além de, ter sido aplicado a uma amostra maioritariamente com experiência profissional.

O objetivo desta investigação, consiste em analisar em que medida a informação disponível sobre um candidato, apresentada aos participantes sob a forma de *curriculum vitae* com fotografia influencia as impressões que estes formam do candidato num processo de seleção e recrutamento, bem como verificar a sua influência na decisão final de selecionar ou não o candidato.

O que influencia diretamente na atratividade de uma pessoa alvo é sem dúvida as suas características físicas. Vários estudos sobre os efeitos da atração utilizam pessoas muito atrativas ou pessoas pouco atrativas, sendo imensa a literatura que sugere o desencadeamento da atratividade diretamente relacionado com a atratividade física da pessoa alvo (e.g., Rodrigues & Marques 2005), evidenciando-se o facto de as mulheres darem menos importância às características físicas do que os homens no sexo oposto.

Pretendemos observar o efeito de um candidato obeso a uma vaga de emprego uma vez que, segundo Correia e Hernandez (2010), vivemos numa sociedade de muito preconceitos, onde os indivíduos que não possuem um padrão físico valorizado pela cultura podem ser discriminados. Pessoas com excesso de peso e obesas são mal vistas pelos outros o que leva a problemas de socialização e autoestima.

O critério de inclusão é a não identificação do objetivo do estudo e da pessoa da fotografia. A amostra foi construída por acessibilidade e os participantes foram distribuídos aleatoriamente por 8 condições (Tabela nº1) de acordo com o *design*

multifatorial, 2 (Género do Participante: homem vs. mulher) x 2 (Género do Candidato: homem vs. mulher) x 2 (Físico: obeso vs. não obeso).

De acordo com o nosso plano experimental foram utilizados 4 *curricula vitae*, com homem vs. mulher e obeso vs. não obeso para ativar a formação de impressões de forma a validar e ajustar as condições. As condições foram operacionalizadas com base na questão 10.3, através da observação da escala de silhuetas (Collins, 1991), constituída por 7 figuras compreendidas entre a magreza e a obesidade, percecionada pelo participante.

**Tabela nº1.** Plano Experimental e número de participantes por condição

		<b>Fotografia do Candidato</b>			
		<b>Obeso</b>		<b>Não Obeso</b>	
		<b>Homem</b>	<b>Mulher</b>	<b>Homem</b>	<b>Mulher</b>
<b>Participante</b>	<b>Homem</b>	OHH N = 32	OMH N = 26	NOHH N = 13	NOMH N = 20
	<b>Mulher</b>	OHM N = 34	OMM N = 20	NOHM N = 11	NOMM N = 25

**OHH** – Obeso Homem participante Homem; **OMH** – Obesa Mulher participante Homem; **NOHH** – Não Obeso Homem participante Homem; **NOMH** – Não Obesa Mulher participante Homem; **OHM** – Obeso Homem participante Mulher; **OMM** – Obesa Mulher participante Mulher; **NOHM** – Não Obeso Homem participante Mulher; **NOMM** – Não Obesa Mulher Participante Mulher

De acordo com a literatura foram colocadas as seguintes hipóteses de investigação:

- 1) Os candidatos obesos apresentam médias de atração e de competência inferiores aos candidatos não obesos;
- 2) Os candidatos obesos apresentam média de sociabilidade superior aos candidatos não obesos;
- 3) Os participantes que avaliam o *curriculum vitae* com foto de mulher, atribuem valores de atração e sociabilidade superiores aos participantes que avaliam os *curricula* com fotografia de homem;
- 4) Os candidatos não obesos são mais recrutados que os obesos;
- 5) Os recrutadores preferem contratar pessoas do género masculino.

## 2.2. Metodologia

### 2.2.1. População e Amostra.

Dos 184 inquéritos recolhidos, foram retirados 3 por serem *outliers* na variável da atração, assim a nossa amostra é constituída por 181 pessoas de ambos os géneros, 50.3% do género masculino e 49.7% do género feminino, distribuídos pelas 8 condições.

Em relação à variável idade, o intervalo de maior frequência situa-se entre os 35 e os 44 anos (37.6%) e o intervalo de menor frequência situa-se entre os 18 e os 25 anos (15.5%). No que diz respeito à situação profissional a maioria dos participantes é especialista em atividades intelectuais e científicas (16.6%) e a minoria dos participantes é operador de instalações e/ou máquinas (1.1%). Em relação às habilitações académicas a maioria detém um bacharelato ou uma licenciatura (55.2%) e a minoria o 2º ciclo (1.7%). Verificou-se ainda, que a maioria dos inquiridos não integra/integrou nenhuma equipa de recrutamento e seleção (74.6%) nem exerce funções de chefia (84.5%).

### 2.2.2. Instrumentos e material.

#### 2.2.2.1 Paradigma experimental.

Para a elaboração do *curriculum vitae* tornou-se necessário aplicar um inquérito preliminar (*vide* Anexo I) com o objetivo de extrair uma profissão, onde a obesidade não fosse considerada uma limitação ao seu bom desempenho.

O inquérito preliminar foi constituído por uma listagem de 13 profissões e solicitou-se aos inquiridos que “Identificassem a profissão ou profissões para a qual recrutariam um homem/mulher independentemente do seu grau de obesidade”.

O inquérito aplicado a uma amostra de 25 indivíduos permitiu encontrar a profissão de Contabilista ( $M = 2.32$ ;  $DP = 1.25$ ), como sendo a atividade profissional cujo desempenho não é influenciado pelo facto de um individuo ser obeso ou não obeso.

Após resultados do estudo piloto, foi possível elaborar como suporte experimental um *curriculum vitae* (*vide* Anexo II, condição homem obeso), que continha informação fictícia sobre o candidato(a) em relação aos dados pessoais,

habilitação acadêmica, experiência profissional, formação profissional, competências informáticas e outras informações, acompanhado de uma fotografia manipulada no Programa PhotoShop.

A manipulação das variáveis independentes físico e género foi operacionalizada através de uma foto e de um *curriculum vitae*.



**Figura 1 - Homem Não Obeso**



**Figura 2 - Homem Obeso**



**Figura 3 - Mulher Não Obesa**



**Figura 4 - Mulher Obesa**

#### ***2.2.2.2. Operacionalização das variáveis.***

O instrumento (*vide Anexo III*), é um questionário de autopreenchimento composto por três partes. Uma primeira parte dedicada às informações gerais e instruções de preenchimento, posteriormente solicita-se ao participante o preenchimento do questionário relativo ao processo de recrutamento e seleção de um candidato para

uma vaga de Contabilista, colocando-se no papel de gestor de Recursos Humanos da empresa.

Uma segunda parte constituída pelas seguintes escalas:

- Escala de crenças/atributos em relação às competências profissionais da tipologia de Warr (1993), constituída por 15 itens crescentes numa escala de Likert de 9 níveis, de 1 (Nada) a 9 (Totalmente). No presente estudo a consistência interna é elevada ( $\alpha = .97$ ). A análise fatorial apresentou uma só dimensão com *eigenvalue* 9.849 (66%), que vai de encontro à proposta do autor.
- Escala de Índice de Atração Inicial, (Rodrigues & Garcia-Marques, 2007), originalmente constituída por 31 itens ( $\alpha = .97$ ) tipo Likert de 1 (Nada) a 7 (Muito) distribuídos por 3 dimensões: Voluntariedade para interagir/positividade associada ao sentimento ( $\alpha = .95$ ), reações fisiológicas ( $\alpha = .91$ ) e comportamentos de *flirting*/fantasia com o outro ( $\alpha = .92$ ). No presente estudo a escala também apresenta três dimensões (*eigenvalue* > 1) que explicam 75% da variância e que foram avaliadas numa escala que vai de 1 (Nada) a 9 (Muito). O valor de  $\alpha$  da escala global é de .98 e o valor das dimensões também é superior a .90 (.92, .94 e .97, respetivamente).
- Escala de sociabilidade, Warmth Scale (Fiske, Cuddy, Glick, & Xu, 2002), que inclui 7 itens para avaliar a sociabilidade ( $\alpha = .89$ ). A resposta aos itens realizou-se mediante uma escala de 1 a 9, e na nossa amostra a consistência interna é elevada ( $\alpha = .96$ ) e a escala é unidimensional (*eigenvalue* 5.582) explicando 80% da variância.
- Variável decisão operacionalizada a partir da média observada para 3 itens de escala crescente tipo Likert de 1 (nada) a 9 (totalmente), que avaliam o grau de adequabilidade do candidato à função, a sua constituição como uma mais-valia para a empresa e o grau em que o inquirido contrataria o candidato.
- Identificação das características do candidato (duas questões distratoras), onde é pedido que identifiquem a cor dos olhos e cor do cabelo do candidato.
- Foram acrescentadas duas variáveis de controlo:
  - 1) constituída por um item “*Grau de similaridade do candidato com pessoa conhecida pelo inquirido*”, cotado de 1 (nada) a 9 (Totalmente);
  - 2) constituída pela média observada dos dois itens “*Grau de similaridade com a pessoa da fotografia*” e “*Grau de identificação com o candidato*”, operacionalizadas através de um item cotado de 1 (nada) a 9 (Totalmente),

solicitando-se ainda que o participante indicasse em que aspetos se assemelhava.

- Grau de estrutura física percebida pelo participante, através da observação da escala de silhuetas (Collins, 1991), constituída por 7 figuras compreendidas entre a magreza e a obesidade, seleccionando-se a mais representativa da silhueta do candidato.
- Questão aberta que permite ao participante refletir sobre o objetivo do estudo.

O questionário é composto também por um espaço destinado ao preenchimento dos dados pessoais (género, nível de escolaridade e idade) e profissionais dos participantes, nomeadamente a situação profissional e a profissão (Classificação Portuguesa das Profissões, 2010). Incluiu-se ainda, duas questões de controlo para verificar se os inquiridos alguma vez integraram uma equipa de recrutamento e seleção e se exercem funções de chefia.

### **2.2.3. Procedimento.**

Foi pedido aos participantes neste estudo para se colocarem no papel de Gestores de Recursos Humanos de uma empresa que está a recrutar para uma vaga de contabilista.

Todos os inquéritos foram preenchidos na presença do investigador, uma vez que existe a necessidade do inquirido avaliar um candidato para uma profissão específica (contabilista) com base num *curriculum vitae*, para poder proceder ao preenchimento do inquérito. Os participantes escolhidos possuem alguma heterogeneidade na sua profissão, o que, implicou uma recolha fora do âmbito escolar e mais direcionada para indivíduos a exercerem alguma atividade.

Foram garantidas as regras éticas de anonimato, confidencialidade e liberdade de participação.

Os questionários não foram aplicados no meio do investigador, uma vez que as fotografias dos candidatos correspondiam a familiares próximos, o que obrigou a uma abordagem em vários locais públicos, bibliotecas, cafés, centro comercial e outros locais de convívio.

Após a recolha dos mesmos foi realizado o *debriefing*.

## 2.3. Resultados

Os resultados obtidos neste trabalho foram analisados com o IBM SPSS 20, tendo sido feita uma análise estatística descritiva e inferencial considerando um valor de significância de  $p \leq .05$ .

Durante o *debriefing* os participantes não identificaram o objetivo do estudo, sendo que nenhum foi excluído da amostra devido a este fator.

### 2.3.1 Variáveis de Controlo.

Observou-se um efeito do físico no grau de similaridade do candidato com uma pessoa conhecida ( $F(1,173) = 14.680, p < .001$ ), ou seja, os participantes consideram que o candidato não obeso ( $M = 4.64, DP = 1.98$ ) é mais parecido com alguém que conhecem do que o candidato obeso ( $M = 3.38, DP = 2.13$ ).

No que se refere ao grau de similaridade percebida e de identificação com o candidato, não se registou qualquer efeito do físico nem do género do participante ou da foto ( $p > .05$ ).

### 2.3.2 Variável Atração.

**Tabela nº2.** Média e desvio padrão da variável Atração Global em função do design (2 (Género do Participante: homem vs. mulher) X 2 (Género do Candidato: homem vs. mulher) X 2 (Físico: obeso vs. não obeso).

		Fotografia do Candidato					
		Obeso		Não Obeso		Total	
		Homem	Mulher	Homem	Mulher		
Participante	Homem	M	1.80	2.34	1.94	2.65	2.16
		DP	1.266	.982	1.637	1.380	1.302
	Mulher	M	2.14	2.88	2.18	2.76	2.48
		DP	1.267	1.586	.824	1.571	1.410
	Total	M	2.22		2.48		
		DP	1.306		1.444		

Os participantes consideraram os candidatos não obesos ( $M = 2.48$ ) mais atraentes que os candidatos obesos ( $M = 2.22$ ), e os participantes mulheres ( $M = 2.48$ ) avaliaram os candidatos de forma mais atrativa dos que os participantes homens ( $M = 2.16$ ).

Foi calculada uma ANOVA *between-subjects* de 2 (género do candidato: homem vs. mulher) x 2 (género do participante: homem vs. mulher) x 2 (físico: obeso vs. não obeso) onde foi possível observar um efeito da variável género do candidato sobre a atração ( $F_{(1,173)} = 8.686, p \leq .004$ ), ou seja a mulher da foto ( $M = 2.63, DP = 1.37$ ) é mais atrativa do que o homem ( $M = 2.01, DP = 1.280$ ), independentemente de ser considerada obesa ou não obesa.

Não foi observado mais nenhum efeito nem interação ( $p > .05$ ).

No que diz respeito à estatística descritiva das subescalas da atração global, em função da estrutura física e do género do participante e do candidato, as informações são apresentadas seguidamente na tabela nº3.

**Tabela nº3.** Média e desvio padrão das sub escalas da Atração Global em função das variáveis independentes

Variáveis Independente		Sub escalas da Atração					
		Positividade		Reação		Fantasia	
		M	DP	M	DP	M	DP
<b>Género</b>	<b>Homem</b>	2.01	1.256	1.66	1.278	2.51	1.499
	<b>Mulher</b>	2.40	1.307	1.89	1.336	2.85	1.674
<b>Candidato</b>	<b>Homem</b>	1.94	1.269	1.61	1.283	2.24	1.412
	<b>Mulher</b>	2.46	1.272	1.94	1.321	3.10	1.650
<b>Físico</b>	<b>Obeso</b>	2.12	1.266	1.74	1.250	2.54	1.531
	<b>Não Obeso</b>	2.34	1.334	1.83	1.408	2.90	1.676

A estatística descritiva indica que os indivíduos têm mais reações de *flirting* e fantasia em relação à mulher da foto ( $M = 3.10$ ) do que ao homem ( $M = 2.24$ ), assim como a mulher da foto ( $M = 2.46$ ) ativa uma maior vontade de interação, do que o homem ( $M = 1.94$ ). Os participantes do género feminino ( $M = 2.40$ ) demonstram maior vontade para interagir com a pessoa da foto do que os participantes homens ( $M = 2.01$ ).

Os resultados das ANOVAs *between-subjects* de 2 (género do candidato: homem *vs.* mulher) x 2 (género do participante: homem *vs.* mulher) x 2 (físico: obeso *vs.* não obeso) realizadas às subescalas mostram que o género do candidato tem um efeito na fantasia ( $F_{(1,173)} = 11.771$ ,  $p \leq ,001$ ), observa-se o mesmo efeito para a subescala positividade ( $F_{(1,173)} = 6.133$ ,  $p = .014$ ). Por fim, observa-se um efeito do género do participante na positividade ( $F_{(1,173)} = 4.272$ ,  $p = .040$ ).

### 2.3.3 Variável Competências Profissionais.

A tabela nº 4 sintetiza a estatística descritiva relativa às competências profissionais, de acordo com a condição, observando-se que o estímulo não obeso ( $M = 6.72$ ) apresenta uma média superior ao estímulo obeso ( $M = 5.95$ ).

**Tabela nº4.** Médias e desvios padrão da variável competências profissionais em função do design (2 (Género do Participante: homem *vs.* mulher) X 2 (Género do Candidato: homem *vs.* mulher) X 2 (Físico: obeso *vs.* não obeso)

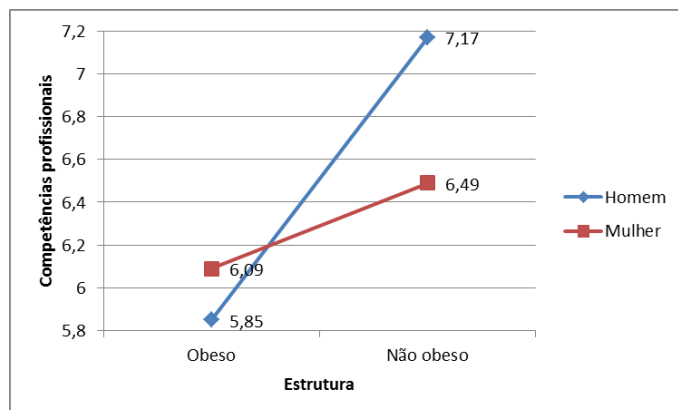
		Fotografia do Candidato					
		Obeso		Não Obeso		Total	
		Homem	Mulher	Homem	Mulher		
Participante	Homem	M	5.72	5.85	7.11	6.56	6.14
		DP	1.296	1.595	.787	1.291	1.408
	Mulher	M	5.94	6.48	7.26	6.42	6.34
		DP	1.341	1.140	1.060	1.336	1.312
	Total	M	5.95		6.72		
		DP	1.367		1.219		

A estatística descritiva mostra que fotografia não obeso ( $M = 6.72$ ) é percecionada como mais competente do que a fotografia obeso ( $M = 5.95$ ).

No que se refere às diferenças entre grupos, foi calculada uma ANOVA *between-subjects* de 2 (género do candidato: homem *vs.* mulher) x 2 (género do participante: homem *vs.* mulher) x 2 (físico: obeso *vs.* não obeso). Através deste procedimento estatístico, observou-se um efeito da variável físico nas competências profissionais ( $F_{(1,172)} = 16.204$ ,  $p \leq .000$ ).

Verificou-se ainda um efeito de interação (Gráfico nº1) entre o género do candidato e o físico ( $F_{(1,172)} = 5.435$ ,  $p \leq .021$ ). O teste t permite identificar diferenças significativas ( $t_{(86)} = 4.466$ ,  $p < .001$ ) na perceção da pessoa da foto na condição de não

obeso, ou seja o homem não obeso ( $M = 7.17$ ) é percebido como mais competente do que a mulher na mesma condição ( $M = 6.49$ ).



**Gráfico1.** Efeito de interação físico x género do candidato nas competências profissionais.

### 2.3.4 Variável Sociabilidade.

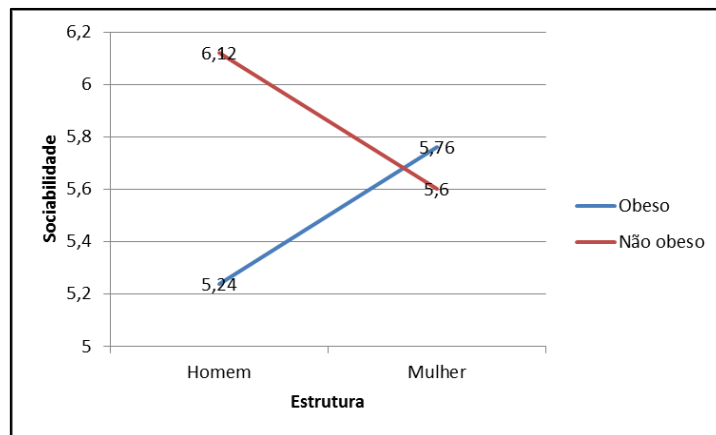
A média e o desvio padrão da variável sociabilidade são apresentados na tabela nº 5. Os valores médios obtidos para o estímulo não obeso ( $M = 5,78$ ) são superiores aos obtidos para o estímulo obeso ( $M = 5.46$ ).

**Tabela nº5.** Médias e desvios padrão da variável sociabilidade em função do design (2 (Género do Participante: homem vs. mulher) X 2 (Género do Candidato: homem vs. mulher) X 2 (Físico: obeso vs. não obeso)

		Fotografia					
		Obeso		Não Obeso		Total	
Participante		Homem	Mulher	Homem	Mulher		
		<b>Homem</b>	M	5.74	5.85	6.08	5.40
	DP	1.409	1.635	1.253	1.282	1.424	
<b>Mulher</b>	M	4.81	5.61	6.18	5.76	5.42	
	DP	1.700	1.533	1.782	1.284	1.620	
<b>Total</b>	M	5.46		5.78			
	DP	1.614		1.368			

Quanto à variável sociabilidade, através do teste ANOVA *between-subjects* de 2 (género do candidato: homem vs. mulher) x 2 (género do participante: homem vs. mulher) x 2 (físico: obeso vs. não obeso), observou-se apenas um efeito de interação (Gráfico nº2) entre o género do candidato e o físico ( $F_{(1,173)} = 4.549, p \leq ,034$ ). O teste t

( $t_{(87)} = 2.322, p = .023$ ) mostra a existência de diferenças significativas para a percepção da sociabilidade quando o físico do homem é avaliado, ou seja, o homem obeso ( $M = 5.24, DP = 1.639$ ) é percebido como menos sociável do que o não obeso ( $M = 6.12, DP = 1.48$ ).



**Gráfico2.** Efeito de interação físico x gênero do candidato na sociabilidade

### 2.3.5 Variável Decisão.

**Tabela nº6.** Médias e desvio padrão da variável decisão em função do design (2 (Gênero do Participante: homem vs. mulher) X 2 (Gênero do Candidato: homem vs. mulher) X 2 (Físico: obeso vs. não obeso)

		Fotografia do Candidato					
		Obeso		Não Obeso		Total	
		Homem	Mulher	Homem	Mulher		
Participante	<b>Homem</b>	M	6.33	6.10	7.92	7.17	6.67
		DP	1.426	1.635	.682	1.197	1.491
	<b>Mulher</b>	M	5.95	6.43	7.64	6.52	6.42
		DP	1.639	1.816	1.449	1.658	1.717
	<b>Total</b>	M	6.18		7.15		
		DP	1.603		1.435		

Em relação ao efeito do físico, a estatística descritiva mostra que a fotografia obeso ( $M = 6.18$ ) é menos recrutada do que a fotografia não obeso ( $M = 7.15$ ).

A ANOVA *between-subjects* de 2 (gênero do candidato: homem vs. mulher) x 2 (gênero do participante: homem vs. mulher) x 2 (físico: obeso vs. não obeso) para a variável decisão, observou um efeito significativo da variável físico sobre a avaliação da decisão ( $F_{(1,173)} = 20.822, p \leq .000$ ), voltando a repetir-se a interação (Gráfico nº3) entre o gênero da fotografia e o físico nesta variável da decisão ( $F_{(1,173)} = 4.547, p <$

,034). Por outro lado, o teste t para comparações entre os grupos ( $t(67) = 2.851, p = .006$ ) mostra que, quando se avalia o estímulo não obeso, o homem ( $M = 7.7$ ) é mais recrutado do que a mulher ( $M = 6.81$ ).

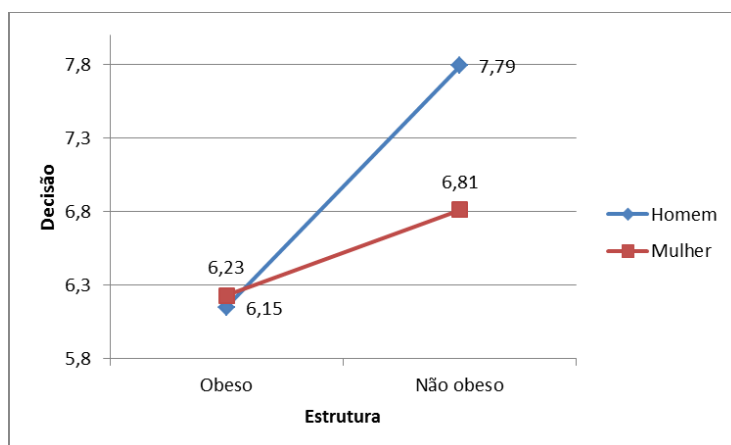


Gráfico 3. Efeito de interação físico x gênero do candidato na decisão

### 2.3.6 Correlações.

De modo a observar a relação entre as variáveis nas diferentes condições, foram realizadas diversas análises correlacionais, destacando-se as correlações entre as variáveis atração, competências profissionais, sociabilidade e decisão, que estão correlacionadas em várias condições.

Na condição homem obeso avaliado pelo participante homem, destaca-se uma correlação positiva entre a **Decisão** e as **Competências Profissionais** ( $r = .827, p < .001$ ), assim como entre a **Atração** e o **Controlo** ( $r = .357, p < .045$ ).

Na condição homem obeso avaliado pela participante mulher, evidencia-se a existência de uma associação positiva entre a **Atração** e o **Controlo** ( $r = .735, p < .001$ ).

Verificam-se ainda correlações moderadas entre a **Decisão** e as **Competências Profissionais** ( $r = .497, p = .003$ ) e entre a **Decisão** e a **Sociabilidade** ( $r = .446, p < .008$ ).

Relativamente à condição candidata obesa avaliada pelo participante homem existem correlações positivas moderadas entre a **Sociabilidade** e a **Decisão** ( $r = .457, p < .019$ ) e entre as **Competências Profissionais** e a subescala **Fantasia** ( $r = .443, p < .023$ ).

Relativamente à condição mulher obesa avaliada pela participante mulher, existe uma correlação positiva entre a **Sociabilidade** e a **Decisão** ( $r = .642, p = .002$ ). As

**Competências Profissionais** também estão correlacionadas com a **Atração** ( $r = .531, p = .016$ ), e principalmente com a subescala **Positividade** ( $r = .578, p = .008$ ).

No que diz respeito à condição mulher não obesa avaliada pelo participante homem, destaca-se a correlação entre a **Atração** e as **Competências Profissionais** ( $r = .493, p < .027$ ), entre a subescala **Fantasia** e as **Competências Profissionais** ( $r = .533, p < .015$ ), com saliência para a **Competências Profissionais** e a **Sociabilidade** ( $r = .542, p < .013$ ) e para a **Sociabilidade** e a **Decisão** ( $r = .531, p < .016$ ).

Por fim, na condição mulher não obesa avaliada pela participante mulher, a **Decisão** e as **Competências Profissionais** estão positivamente correlacionadas ( $r = .541, p = .005$ ).

Na condição homem não obeso avaliado pela participante mulher, verifica-se uma correlação positiva entre a **Decisão** e as **Competências Profissionais** ( $r = .941, p < .001$ ). existindo também uma correlação para a **Atração** em relação com as **Competências Profissionais** ( $r = .657, p = .039$ ) e a **Sociabilidade** ( $r = 6.42, p = .033$ ).

### 3. DISCUSSÃO

Este estudo teve como principal objetivo analisar o efeito da informação acessível sobre um candidato com base num *curriculum vitae* com fotografia de género e estrutura física. Manipulámos uma fotografia de um *curriculum vitae*, para assim conseguirmos uma fotografia de um candidato (obeso vs. não obeso) e a fotografia de uma candidata (obesa vs. não obesa), sendo a fotografia e o género os únicos itens que variavam no *curriculum vitae*.

Alguns dos resultados encontrados neste estudo foram de encontro a outros estudos já realizados (e.g., Puhl & Heuer, 2009; Rodbard *et al*, 2009). Os nossos resultados mostraram que a obesidade de um candidato afeta a tomada de decisão do recrutador, uma vez que os participantes, colocando-se no papel de recrutadores, escolheram os candidatos não obesos para a vaga de contabilista.

Como esperado, em relação aos não obesos e obesos, o viés de peso foi maior nas fotografias dos candidatos obesos. Os maiores níveis de atração, competências profissionais, sociabilidade e, conseqüentemente decisão foram relatados com os candidatos não obesos.

A *primeira hipótese* foi confirmada parcialmente, uma vez que os candidatos obesos foram considerados efetivamente menos competentes que os não obesos, mas, em relação à variável atração, não houve diferenças estatisticamente significativas, apesar de os valores médios globais indicarem que os candidatos não obesos são considerados mais atrativos que candidatos obesos.

O nosso estudo em termos de atração não vai de encontro à literatura, pois vários estudos afirmam que o preconceito contra as pessoas menos atrativas não se limita às avaliações de candidatos em entrevistas de emprego face-a-face, mas também a recrutamentos efetuadas por alunos a *curricula vitae* (e.g., Shahani et al, 1993).

O facto de não se registarem resultados significativos da variável atração, talvez possa ser explicado pelo facto do efeito da obesidade no nosso estudo não ter sido considerada muito saliente, pois os estudos demonstram que a aparência física é mais relevante para algumas profissões do que para outras e que, para muitas funções a aparência pode ser vista como uma exigência e para outras pode até ser considerada desnecessária. Portanto, é possível que os participantes tenham considerado a profissão de contabilista como uma profissão em que a aparência física é menos valorizada (Chiu & Babcock, 2002; Johnson, Podratz, Dipboye, & Gibbons, 2010).

No entanto, ao analisarmos individualmente a subescala da atração fantasia, os resultados demonstraram que os candidatos não obesos ativam uma maior vontade de interação assim como pensamentos de *flirting* nos participantes. Estes resultados poderão em parte confirmar a nossa hipótese, pois segundo Simpson e Gangestad (1992), o desejo de ter, ou repetir, um encontro com alguém tem como base a atração física, independentemente da personalidade e da inteligência.

No que respeita aos dados significativos relacionados com a variável competências profissionais, poderemos dizer que os nossos inquiridos a associaram à inteligência, pois empiricamente as pesquisas evidenciam, existir uma associação entre a obesidade e a inteligência inferior, sugerindo que os obesos podem estar em desvantagem intelectual em comparação com os indivíduos não obesos, sendo umas das explicações possíveis o facto das pessoas obesas pertencerem a classes sociais mais baixas traduzindo um mau desempenho nas atividades da vida, tais como a educação e o emprego (e.g., Puhl & Brownell, 2003).

A *segunda hipótese* não foi confirmada, na medida em que a estrutura física (obeso vs. não obeso) não teve qualquer efeito na perceção da sociabilidade. No entanto, verificou-se um efeito de interação entre o género do candidato e a estrutura física, demonstrando que o homem não obeso é considerado mais sociável que o obeso, o que não vai de encontro à literatura, uma vez que vários estudos, entre eles o realizado por Carels e Musher (2009), dizem-nos que os inquiridos que responderam a questões sobre obesos consideraram-nos mais simpáticos no entanto assumiram serem mais limitados noutras capacidades. Os nossos resultados podem estar relacionados com outras variáveis, nomeadamente o grau de atração inicial. A literatura mostra que os indivíduos considerados atraentes ativam a perceção de características não relacionadas e mais positivas como resultado da atratividade (Johnson *et al.*, 2010). Esta justificação pode ser parcialmente confirmada através da correlação positiva identificada entre o grau de atração e a sociabilidade quando o homem não obeso é avaliado pelas participantes do género feminino. Estes resultados poderão ter influenciado os resultados globais que nos indicam serem os indivíduos não obesos os mais sociáveis.

A *terceira hipótese* foi parcialmente confirmada, porque a mulher foi considerada mais atrativa do que o homem, mas o género do candidato não teve efeito sobre a sociabilidade. As mulheres independentemente da condição do físico, são consideradas mais atrativas que os homens. Vários estudos, entre eles o de Currie (2009), dizem-nos que o homem dá mais importância ao corpo do que a face

comparativamente às mulheres em condição de curto prazo, o que pode justificar os nossos resultados de atratividade das mulheres.

O facto do género do candidato não ter efeitos sobre a sociabilidade pode dever-se à saliência dos atributos físicos em detrimento dos atributos sociais, principalmente porque não há interação entre os intervenientes e o estímulo, e o tipo de informações disponibilizado pode não ter sido considerado suficiente para fazer outro tipo de juízos de valor. Este tipo de suposições é reforçado pela média global da sociabilidade, que está um pouco acima do valor médio da escala, o que pode significar que os participantes tiveram dificuldade em avaliar o grau de sociabilidade do estímulo, independentemente do género do candidato. No entanto, observamos correlações positivas entre a decisão, competências profissionais e a sociabilidade quando as mulheres em ambas as condições são avaliadas pelas participantes do género feminino e masculino.

Importa referir que a literatura nos diz que as mulheres obesas possuem mais amigos e que as suas habilidades sociais são muito maiores que as mulheres não obesas, outros estudos posteriores transmitem-nos precisamente o contrário, as mulheres obesas deixam uma pior impressão nos outros, sendo consideradas menos agradáveis e menos habilidosas socialmente em comparação com as não obesas (e.g., Miller, Rothblum, Brand, Barbour, & Felicio, 2006).

A *quarta hipótese* foi confirmada, os candidatos não obesos são mais recrutados que os obesos, o que vai de encontro à literatura que nos verbaliza que os indivíduos obesos têm menor probabilidade de ser contratados do que as pessoas não obesas mesmo com qualificações idênticas (Puhl & Brownell, 2001), havendo perceções negativas em ambientes de trabalho em relação aos obesos vistos como menos competentes, preguiçosos e com falta de autodisciplina (Roehling, 1999).

Já nos dizia Fiske (1990), que as pessoas algumas vezes são avaliadas pelo conteúdo do seu carácter, mas noutras condições o conteúdo é irrelevante. A informação individualizada sobre os indivíduos tona-se irrisória quando o avaliador baseia e associa as informações a um grupo social. No nosso estudo, os *curricula vitae* eram precisamente iguais, a informação disponibilizada ao decisor era idêntica em ambas as condições, no entanto a decisão recaiu sobre a condição não obesa, o que nos leva a concluir que o recrutador, independentemente da informação, associou os candidatos obesos a um grupo estigmatizado, com todas as qualidades negativas que a ele estão associadas. Baseando-nos no modelo continuum da Fiske, sabemos que, se o

avaliador/recrutador dispusesse de motivação e tempo para aceder aos seus recursos cognitivos, poderia ter uma decisão diferente, mesmo se tratando de um grupo social associado a atributos negativos (McConnell *et al.*, 2008). Igualmente poderá ter-se acionado um efeito de halo, sabendo à priori que este efeito, é mais provável de acontecer quando as pessoas utilizam o processamento rápido, automático e construtivo, os inquiridos perceberam a característica física de forma negativa, cognitivamente podem ter classificado de forma menos positiva outros atributos como as competências profissionais e a sociabilidade. Outra possibilidade vai de encontro à abordagem da julgabilidade social ou seja o inquirido com base no *curriculum vitae*, ter a percepção que possuía a informação suficiente para avaliar o candidato, ou seja o participante tem acesso à informação individualizada e como tal, considera que pode imitar julgamentos, acrescentando ainda o facto do participante se encontrar numa posição mais elevada que o candidato sentindo-se com capacidade para julgar a pessoa estímulo (Leyens, Yzerbyt, & Schadron, 1992).

A **quinta hipótese** foi confirmada, os candidatos do género masculino são mais recrutados que as mulheres na condição de não obesos, o que corrobora com algumas teorias, entre elas a do estudo realizado por Roehling e Pishler (2007), que demonstra existirem realmente diferenças entre géneros com o mesmo índice de massa corporal (IMC) não estando sujeitos ao mesmo grau de preconceito, sendo que, os homens têm um índice menor de discriminação que as mulheres com o mesmo IMC, além de que, segundo Morris (2007), as mulheres são mais estigmatizadas em relação ao seu peso do que os homens, o que resulta numa menor taxa de empregabilidade, ou, por outro lado, a explicação de Jawahar e Mattson (2005), que demonstrou existirem diferentes oportunidades de emprego em função do género, da atratividade física e do tipo de trabalho associado ao género, existindo ainda profissões como por exemplo eletricitista ainda associada ao homem e enfermeira mais associada à mulher, devido ainda ao grande número de homens e mulheres nessas funções. A imagem estereotipada de que uma função é típica de um determinado género vai influenciar a seleção, uma vez que combina características dos candidatos com exigências da função. No nosso estudo, provavelmente os inquiridos identificaram a profissão de contabilista como uma profissão mais associada ao género masculino. Esta justificação pode ser parcialmente confirmada através das várias correlações positivas e moderadas identificadas entre o grau de competências profissionais e a decisão quando o homem é avaliado pelos participantes do género masculino e feminino, estes resultados permitem-nos continuar

a pensar que a discriminação feminina poderá nestes últimos anos ter apresentado uma diminuição, mas continua bem presente sob uma versão subtil ou camuflada.

Apesar de não termos resultados significativos, as médias globais indicam-nos que, quando a mulher assume a posição de recrutador, recruta mais a mulher obesa em detrimento da mulher não obesa. Podemos analisar este resultado aos olhos da desejabilidade social, ou seja, a recrutadora distorceu a avaliação para uma direção favorável, negando assim traços e comportamentos socialmente indesejáveis, empenhando-se em manter uma postura ou representar um papel que julga ser o mais adequado para o contexto ( Schwartz, Verkasalo, Antonovsky & Sagiv, 1997).

## 4. CONCLUSÃO

Os estudos demonstram que mais de metade da população portuguesa entre os 16 e os 64 anos está acima do peso ou é obesa, tendo uma taxa semelhante à existente em Espanha mas maior que a da Holanda, França e Suécia, sugerindo que a próxima geração terá de enfrentar um problema sério de saúde (Carmo *et al.*, 2007).

As decisões de seleção são muito importantes para os candidatos, organizações e sociedade em geral. A seleção de candidatos qualificados é a chave para o desenvolvimento e sobrevivência das organizações. Os candidatos e a sociedade esperam decisões justas e livres de discriminação.

Os técnicos de seleção e recrutamento devem estar conscientes de que, como a maioria dos indivíduos, é provável que se deixem guiar por estereótipos, e que os estereótipos de género e atratividade podem levar a decisões consistentes com o estereótipo, podendo estes levar a decisões erradas.

Observou-se neste estudo que a obesidade tem um impacto negativo na primeira fase do recrutamento e seleção onde os candidatos são avaliados com base no seu *curriculum vitae*. A informação adicional transmitida pela fotografia determina se o candidato é mais ou menos adequado para a função de contabilista.

Evidenciou-se que o género do candidato influencia a atração, sendo as mulheres consideradas mais atraentes que os homens. O físico do candidato teve influência nas competências profissionais e na decisão de recrutar ou não o candidato, refletindo que os obesos são considerados menos competentes e por sua vez são menos recrutados que os não obesos, independentemente do sexo.

Verificamos que os inquiridos não conseguiram evitar a presença do estereótipo e não conseguiram ser objetivos na avaliação dos candidatos, deixando-se influenciar por aspetos que não eram considerados requisitos para a função.

O aumento da prevalência da obesidade não tem reduzido o viés de peso, apesar de todos os esforços que estão a ser feitos em termos de campanhas publicitárias e de sensibilização contra a obesidade. Em paralelo também deverão ser feitos esforços para garantir que aqueles que estão acima do peso não estão sujeitos a avaliações negativas e para tal será importante compreender as origens sociais e psicológicas do estigma peso para se poder explicar o viés da sua força e a sua resistência à mudança.

Além do preconceito relacionado com a obesidade, importa salientar o facto de apesar das transformações sociais ocorridas nos últimos anos, o preconceito em relação

ao género continuar muito demarcado apesar da evidente inserção das mulheres no mercado de trabalho.

Este estudo dá credibilidade à proporção de que existe um viés de atração universal e que está presente num processo de seleção e recrutamento onde as condições experimentais criadas e critérios de seleção eram idênticos.

Os resultados aqui apresentados vão ao encontro do que “é bonito é bom” e seria importante reforçar que os estereótipos continuam a influenciar as decisões no emprego, apesar da legislação existente no âmbito do Código do Trabalho onde estão previstas estas situações nos artigos nº 23º, 24º, 25º, 26º, 30º e 31º da Lei 7/2009 de 12 de fevereiro (Martinez, 2010).

Nos processos de recrutamento e seleção, os custos são elevados e, assim sendo, seria íntegro que os recrutadores confiassem mais na informação individualizada em vez de estereótipos sobre a aparência física.

No entanto, o estudo apresentou algumas limitações, deveriam ter sido entregues dois *curricula vitae*, um com a fotografia do candidato e outro sem a fotografia de candidato (somente com a informação pessoal, académica e profissional do candidato) para que se conseguisse analisar e comparar os resultados em termos de género. O facto de se ter baseado somente em duas fotografias, poderá ter limitado a generalização dos resultados, uma vez que, segundo vários estudos (e.g. , Kniffin, 2004), o efeito de atração também é afetado pela quantidade de cabelo, tipo de roupa, óculos, joias, entre outros, sugere-se que os próximos estudos incluam pelo menos mais uma fotografia por condição e todos os candidatos estejam formalmente vestidos.

Este estudo, pode ser replicado com as mesmas características dos candidatos obeso *vs.* não obeso, mas com candidatos de raça negra, uma vez que existem estudos (e.g., Clark, *et al*, 1999; Mvo *et al*, 1999) que afirmam que a obesidade é vista de forma menos preconceituosa quando os indivíduos são de raça negra.

Em futuros estudos, a amostra deverá ser constituída por técnicos de gestão de recursos humanos, partindo do princípio de que estes especialistas tomam decisões com base na experiência e na responsabilidade de decisão, comparando os resultados com este estudo em que o público-alvo na sua maioria não tinha experiência na área apesar da maioria ter experiência profissional.

Outra das possibilidades é um estudo passar por perceber se o peso ou outras características do recrutador afetam a avaliação que é feita em relação ao candidato,

uma vez que, segundo a teoria da identidade social, quanto mais a identificação com o estímulo (categoria de pertença) maior a inferência dos atributos a ela associados.

Constitui a consciência e o conhecimento por parte do indivíduo, de que pertence a determinado grupo social, juntamente com o reconhecimento da significação emocional e valorativa de que essa pertença se reveste para o sujeito (Senos, 1997).

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asch, S. (1946). Forming impressions of personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41, 258-290
- Barbosa, M., Matos, P., & Costa, M. (2011) Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje. *Psicologia & Sociedade*, 23 (1), 24-34
- Bastos, D. A. S. (2006) *Formação de impressões como condicionante no processo de seleção de pessoal*. (Monografia realizada com vista á obtenção do grau de Licenciada) Porto, Universidade Fernando Pessoa
- Bosi, M. L.M., Luiz, R.R., Morgado, C.M., Costa, M.L., & Carvalho, R.J. (2006). Autopercepção da imagem corporal entre estudantes de nutrição: um estudo no município do Rio de Janeiro. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, 55, 108-113
- Buss, D. M. & Schmitt, D.P. (1993) Sexual Strategies Theory-An evolutionary perspective on human mating. *Psychological Review*, 100, 204-232
- Byrne, B (2004) *Psicologia Social*. Prentice Hall, INC, 8ª Edição ISBN 84-8322-017-2
- Caetano, A., (2010) Formação de Impressões. In J. Vala & M. B. Monteiro (Edição 2010) *Psicologia Social*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian
- Camara, P. B., & Guerra, P. B., & Rodrigues, J. V. (2005) *Humanator Recursos Humanos e Sucesso Empresarial*. Publicações Dom Quixote, Lda ISBN 972-20-2023-4
- Cardoso, A., A. (2001) *Recrutamento & Seleção de Pessoas*. Lisboa, Lidel-Edições Técnicas
- Carmo, I., Santos, O., Camolas, J., Vieira, J., Carreira, M., Medina, L., Reis, L., Myatt, J. & Galvão-Teles, A. (2007) Overweight and obesity in Portugal: national prevalence in 2003-2005. *The International Association for the Study of Obesity*, 9, 11-19
- Chiavenato, I. (2005) *Gestão de Pessoas*. Elsevier Editora Lda, 2ª Edição ISBN 85-352-1448-8
- Chiu, R.K. & Babcock, R.D. (2002) The relative importance of facial attractiveness and gender in Hong Kong sections decisions. *The International Journal of Human Resource Management*, 13 (1) 141-155
- Chu, S., Hardaker, R., & Lycett, J (2007) Too good to be “true”? The handicap of high socio-economics status in attractive males. *Personality and Individual Differences*, 42, 1291-1300
- Clark, R.A., Niccolai, L., Kissinger, P.J. & Bouvier, V. (1999) Ethnic differences in body image attitudes and perceptions among women infected with human immunodeficiency virus. *Journal of the American Dietetic Association*, 99, 735-737
- Collins M. E. (1991). Body figure perceptions and preferences among preadolescent children. *Int J Eat Disord*, 10, 199-208
- Correia, T. & Hernandez, J. (2010) Estereótipos sociais vinculados ao corpo. *Revista Digita – Buenos Aires*, ano 14, nº 140, Brasil
- Cowling, A. & Mailer, C. (1998) *Gerir os Recursos Humanos*. Publicações Dom Quixote, 1ª Edição, ISBN 972-20-1445-5

- Cuddy, A., Glick, P. & Beninger, A. (2011) The dynamics of warmth and competence judgments, and their outcomes in organization. *Research in Organizational Behavior*, 31, 73-98
- Currie, T., & Little, A. (2009) The relative importance of the face and body in judgments of human physical attractiveness. *Evolution and Human Behavior*, 30, 409-416
- Direção Geral de Saúde (2007) Obesidade: uma doença crónica ainda desconhecida, disponível em: <http://www.dgs.pt/>
- Dion, K. K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 285-290
- Eagly, A. H., Ashmore, R. D., Makhijani, M. G., & Longo, L. C (1991) What is beautiful is good, but...: a meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychological Bulletin*, 110, 109-128
- Feldman, R. (2001) *Compreender a Psicologia*. McGraw-Hill, Quinta Edição ISBN 972. 773. 070.1
- Fiske , S.T. & Neuberg, S., L. (1990) A continuum of impressions formation, from category based to individuating processes: influences of information and motivation on attention and interpretation. In M.P. Zanna (ed.) *Advances in experimental social psychology*, vol 23, 1-74. CA Academic Pres
- Fiske , S., Cuddy, A. , Glick, P. & Xu, J. (2002) A Model of (Often Mixed) Stereotype Content: Competence and Warmth Respectively Follow From Perceived Status and Competence. *Journal of Personality and Social Psychology*, vol 82, nº6, 878-902
- Fiske , S., Cuddy, A. & Glick, P. (2006) Universal dimensions of social cognition: warmth and competence. *Trends in Cognitive Sciences*, vol 11, nº1
- Forgas, J., P. (2011) Can negative affect eliminate the power of first impressions? Affective influences on primacy and recency effects in impressions formation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 47, 425-429
- Forgas, J.P. & Laham, S. (2009) Halo effects. In R. Baumeister, & K. D. Vohs (Eds), *Enciclopedia of social psychology* (pp. 499-502)
- Gilbert, D. T. (1991) How mental systems believe. *American Psychologist*, 46, 107-119
- Gladue, B. A. & Delaney, H. J. (1990) Gender Differences in Perceptions of Attractiveness of Men and Woman in Bar. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 16 (2), 378-391
- Glick, P. & Fiske, S. (2011) Ambivalent Sexism Revisited. *Psychology of Woman Quarterly*, 35, (3) 530-535
- Gonçalves, M. M. & Gonçalves, Ó. F. (1997) As razões que a razão desconhece: Penso, logo engano-me?. *Análise Psicológica*, 1997, vol.15, n.1
- Herari, H, & McDavid, H. W. (1973) Name stereotypes and teacher's expectations. *Journal of Educational Psychology*, 65, 222-225

- Ilkka, R. J. (1995) Applicant appearance and selection decision making: revitalizing employment interview educations. *Business Communication Quarterly*, 58 (3) 11-19
- Instituto Nacional de Estatística (2007) 4º Inquérito Nacional de Saúde 2005/2006 disponível em: [http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_destaquas](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaquas)
- Jawahar, I. M. & Mattsson, J. (2005) Sexism and Beautyism Effects in Selection as a Function of Self-Monitoring Level of Decision Maker. *Journal of Applied Psychology*, 90 (3) 563-573
- Jensen-Campbell, L.A., Graziano, W.G., & West, S.G. (1995) Dominance, prosocial orientation, and female preferences: do nice guys really finish last? *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, (3), 427- 440
- Johnson, S.K., Podratz, K.E., Dipboye, R.L., & Gibbons, E. (2010) Physical Attractiveness Biases in Ratings of Employment Suitability: Tracking Down the “Beauty is Beastly” Effect. *The Journal of Social Psychology*, 150 (3), 301-318
- Kanazawa, S., & Kovar, J.L. (2004) Why beautiful people are more intelligent. *Intelligence*, 32, 227-243
- Klaczynski, P. A., Goold, K. W., & Mudry, J. J. (2004) Culture, Obesity Stereotypes, Self-Esteem, and the “Thin Ideal”: A Social Identity Perspective. *Journal of Youth and Adolescence*, 33 (4), 307-317
- Kniffin, M. K. & Wilson, D. S. (2004) The effect of nonphysical traits on the perception of physical attractiveness. Three naturalistic studies. *Evolution and Human Behavior*, 25, 88-101
- Langlois, J.H., Kalakanis, L., Rubenstein, A. J., Larson, A., Hallam, M., & Smoot, M. (2000) Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretical review. *Psychological Bulletin*, 126, 390-423
- Levesquel, M. J. & Lowe, C. A. (1999) Face-ism as a Determinant of Interpersonal Perceptions: the influence of context on facial prominence effects. *Sex Roles*, 41, nº 314
- Leyens, J. P., Scaillet, N. (2012) *Sommes-Nous Tous Des Psychologues?* Éditions Mardaga, ISBN 978-2-8047-0101-7
- Leyens, J. P. & Yzerbyt, V. (1999) *Psicologia Social*. Lisboa: Edições 70
- Leyens, J.P., Yzerbyt, V. & Schadrion, G. (1992) The social judgeability approach to stereotypes. *European Review of Social Psychology*, 3, 91-120
- LI, N. P., Bailey, J. M., Kenrick, D. T., & Linsenmeier, J. A. W..(2002). The Necessities and Luxuries of Mate Preferences: Testing the Tradeoffs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 947 – 955
- Martinez, P.R. (2010) *Direito do trabalho*. Edições Almedina, 5ª Edição, ISBN 9789724043968
- McConnell, A.R., Strain, L.M., Rydell, R.J., & Mackie, D.M. (2008) Forming Implicit and Explicit Attitudes Toward Individuals: Social Group Association Cues. *Journal of Personality and Social Psychology*, 94 (5), 792-807
- McQuaig, J., McQuaig, P., & McQuaig, D. (1988) *Como entrevistar e contratar pessoas produtivas*. Edições CETOP, ISBN 972-641-135-1

- Meston, C., & Frohlich, P. (2003) Love at the first fright: Partner salience moderates roller-coaster-induced excitations transfer. *Archives of Sexual Behavior*, 32 (6), 537-544
- Miller, C.T., Rothblum, E.D., Brand, P.A. & Felicio, D.M. (1995) Do obese woman have poorer social relationships than non-obese woman? Reports by self, friends, and co-workers. *Journal of Personality*, 63, 65-85
- Miller, C.T., Rothblum, E.D., Barbour, L., Brand, P.A. & Felicio, D.M. (2006) Social interactions of obese and non-obese woman. *Journal of Personality*, 58, 365-380
- Miller, R.S., Perlman, D. & Brehm, S.S. (2007). *Intimate relationships*. New York: McGraw-Hill
- Morris, S. (2007) The impact of obesity on employment. *Labour Economics*, 14, 413-433
- Morrison, A. M., & Von Glinow, M. A. (1990) Woman and minorities in management. *American Psychologist*, 45 (2), 200-208
- Musher-Eizenman, D. & Carels, R. (2009) The Impact of Target Weight and Gender on Perceptions of Likeability, Personality Attributes, and Functional Impairment. *The European Journal of Obesity*, 2, 211-317
- Mvo, Z., Dick, J. & Steyn, K. (1999) Perceptions of overweight african women about acceptable body size of women and children. *Curationis*, 22, 27-31
- Obesity and Overweight. World Health Organization; 2010 (maio 2012) available disponível em: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/en/>
- Osborn, D.R. (2006). A biological, cultural, and interactional (BCI) model of physical attractiveness judgements. Retrieved April 14, 2007 from *Electronic Journal of Human Sexuality*, vol.9
- Paim, A., S. & Pereira, M., E. (2011) Aparência física, estereótipos e discriminação racial. *Ciências e Cognição*, 16 (1), 002-018
- Pereira, M., E. (2008) Cognição, categorização, estereótipos e vida urbana. *Ciências e Cognição*, 5 (3), 280-287
- Pires, A. M., (1992) *Técnicas de entrevista e seleção de pessoal*. Edições CETOP, 6ª Edição ISBN 972-641-213-7
- Puhl, R.M. & Brownell, K. D. (2001) Bias, discrimination, and Obesity. *Obesity Research*; 9; 788-805
- Puhl, R.M. & Brownell, K. D. (2003) Psychosocial origins of obesity stigma: toward changing a powerful and pervasive bias. *Obesity Rereviews*; 4; 213-227
- Puhl, R., M. & Hauer, C., A. (2009) The Stigma of Obesity: a Review and Update. *Obesity*; 17, (5), 941-964
- Robbins, S. P., (1999) *Comportamento Organizacional*. Prentice Hall, 8ª Edição. ISBN 970-17-0236-0
- Rodbard, H., W, Fox, M., K. & Gandy, S. (2009) Impact of obesity on work productivity and role disability in individuals with and at risk for diabetes mellitus. *American Journal of Health Promotion: Maio / Junho*, vol. 23, n. 5, p. 353-360

- Rodrigues, D. & Marques, G. (2005) Marquemos o encontro ao cimo da escada: o papel da ativação fisiológica na atração interpessoal. *Análise Psicológica*, 4 (XXIII), 427-436
- Rodrigues, D. & Marques, G. (2007) Estou caidinho(a) por ti. Concepção e validação do Índice do Sentimento C (“estar caidinho por...”). *Laboratório de Psicologia*, 5 (1), 3-15
- Roehling, M. (1999) Weight-based discrimination in employment: psychological and legal aspects. *Pers Psychol*, 52; 969-1017
- Roehling, M., Roehling, P. & Pishler, S. (2007) The relationship between weight and perceived weight-related employment discrimination: the role of sex and race. *Journal of Vocational Behavior*, vol 71, (2) 300-318
- Schwartz, S. H., Verkasalo, M., Antonovsky, A. and Sagiv, L. (1997), Value priorities and social desirability: Much substance, some style. *British Journal of Social Psychology*, 36: 3–18
- Segal, A., Cardeal, M.V., & Cordás (2002) Aspectos psicossociais e psiquiátricos da obesidade. *Revista da Psiquiatria Clínica*, 29, 81-89
- Senos, J (1997) Identidade Social, auto-estima e resultados escolares. *Análise Psicológica*; 1 (15), 123-137
- Shahani, C., Dipboye, R. L., & Gehrlein, T. M. (1993) Attractiveness Bias in the Interview: Exploring the Boundaries of an Effect. *Basic and Applied Social Psychology*, 14 (3), 317-328
- Simpson, J.A. & Gangestad, S.W. (1992). Sociosexuality and romantic partner choice *Journal of Personality* 60 (1), 31-51
- Sousa, P. (2008) Body image and Obesity in Adolescence: A comparative study of Social-Demographic, Psychological, and Behavioral Aspects. *The Spanish Journal of Psychology*, 11 (2), 551-563
- Swami, V., Tovée, M., J. & Furnham, A. (2008) Does financial security influence judgements of female physical attractiveness? *The Journal of socio-economics*, 37, 1363-1370
- Tovée, M. J., Swami, V., Furnham, A. & Mangalparsad, M. (2006) Changing perceptions of attractiveness as observers are exposed to a different culture. *Evolution and Human Behavior*, 27, 443-456
- Vala, J. & Monteiro. B. (2010) *Psicologia Social*. Lisboa. Fundação Calouste Gulbenkian
- Zebrowitz, L. (1996) Physical appearance as a basis stereotyping. In Macrae, C. N., Stangor, C. & Hewstone, M. *Stereotypes and stereotyping* New York, 79-120
- Warr, P. (1993) In What Circumstances Does Job Performance Vary With Age? *European Work and Organizational Psychologist*, 3 (3) 237-249
- WHO (2013) Obesity and overweight, Fact sheet nº 311, consultado em março de 2013 através de <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/en/>

## ANEXOS

## **ANEXO I**

(Inquérito preliminar aplicado, com o objetivo de identificar uma profissão onde a obesidade não fosse considerada uma limitação ao seu bom desempenho)

### Inquérito Preliminar

Sou aluna do Mestrado em Psicologia Social e das Organizações, da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade do Algarve. Encontro-me a realizar uma investigação sob a orientação da Prof<sup>a</sup> Doutora Gabriela Gonçalves que pretende avaliar o efeito da obesidade e do género na avaliação das competências sociais e profissionais dos indivíduos.

Deste modo e para que possa prosseguir a investigação de forma viável e consistente, torna-se necessário a realização de um inquérito preliminar, com o objetivo de:

**Tentar perceber em que medida, considera que o grau de obesidade poderá contribuir para a rentabilidade das tarefas de cada uma das profissões que se seguem, registando a sua resposta numa escala crescente de 1 (Pouco) a 7 (Muito).**

	Pouco				Muito		
Modelo	1	2	3	4	5	6	7
Rececionista	1	2	3	4	5	6	7
Contabilista	1	2	3	4	5	6	7
Cabeleireiro/a	1	2	3	4	5	6	7
Chefe de Recursos Humanos	1	2	3	4	5	6	7
Professor	1	2	3	4	5	6	7
Secretária	1	2	3	4	5	6	7
Comercial	1	2	3	4	5	6	7
Atleta	1	2	3	4	5	6	7
Médico/a	1	2	3	4	5	6	7
Empregada/o Doméstica/o	1	2	3	4	5	6	7
Animador de campo de férias para crianças	1	2	3	4	5	6	7
Jornalista de televisão	1	2	3	4	5	6	7

**Caracterização do inquirido:**

Sexo: F   
M

**Nível Escolaridade**

1º Ciclo   
2º Ciclo   
3º Ciclo   
Ensino Secundário   
Bacharelato/  
Licenciatura   
Mestrado/  
Doutoramento

**Situação profissional**

Trabalhador por conta outrem   
Trabalhador Independente   
Desempregado   
Estudante   
Outro

Profissão: \_\_\_\_\_

**Idade**

18-25   
26-34   
35-44   
45-64   
65 ou mais

Já alguma vez integrou ou integra atualmente uma equipa de recrutamento e seleção?

Sim  Não

Desde já agradeço o tempo despendido, garantindo desde já que os dados serão anónimos e confidenciais.

## **ANEXO II**

*(Curriculum Vitae utilizado na condição homem obeso)*

## CURRICULUM VITAE

### **DADOS PESSOAIS:**

Nome – José Pacheco Guerreiro  
Morada – Rua José Pacheco n° 74 2° esq.  
8000-148 Faro  
Data Nascimento – 6 de outubro de 1975  
Naturalidade – Faro  
Estado Civil – Solteiro  
N° de Identificação Civil - 11045632  
Contribuinte n° - 233333120  
Mail - josepguerreiro@hotmail.pt  
Carta de Condução n° - 65835690  
Técnica Oficial de Contas n° 65432  
Associada da APOTEC n° 19324



### **HABILITAÇÕES ACADÉMICAS**

⇒ 1998/2000 – Mestrado em Contabilidade, Universidade do Algarve com a classificação final de 17 valores.  
⇒ 1993/1997 - Licenciatura em Finanças e Contabilidade, no Instituto Superior Ciências do Trabalho e da Empresa - IUL com a classificação final de 16 valores.

### **EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL**

⇒ De 02 Novembro de 2007 a Junho 2012 – Técnico oficial de contas da Dulican – Sociedade de Construção SA, Lisboa tendo como principais atribuições as seguintes áreas;  
- Contabilidade, fiscalidade e consultoria fiscal a empresas e particulares;  
- Organização e implementação de sistemas de informação;  
- Estudos de projetos de investimento e respetivas formas de financiamento;  
⇒ De 01 Fevereiro 2000 a 31 de Outubro 2007 – Construtora Avelino e Maia Lda, elaboração dos relatórios e contas, elaboração e entrega de declarações fiscais.  
⇒ Desde 2002 Formador em vários Institutos Públicos e Privados das cadeiras de “Contabilidade geral”; “Contabilidade de custos”; “Análise financeira”; “Projetos de Investimentos”; “Fiscalidade” e “Calculo Comercial e financeiro.

## **FORMAÇÃO PROFISSIONAL**

⇒ SNC – O Novo Normativo Contabilístico Nacional – enquadramento e 1ª aplicação das NIRF promovido pela Ordem dos TOC – Abril a Maio de 2005

⇒ Formação em Fundamentos da Contabilidade - Livros e Mapas Contabilísticos promovido pela Ordem dos TOC em Julho 2004

⇒ Conclusão do curso de Formação de Formadores, promovido pela ADIV, em 30/06/2002.

⇒ Inscrição como Técnico de Contas na DGCI (Direção Geral de Contribuições e impostos) em 14/02/1998, publicada na III série do Diário da República n.º 193 de 23/11/1998.

## **COMPETENCIAS INFORMÁTICAS**

⇒ Domínio do Software Office;

⇒ Conhecimento no software Primavera, PHC, Sage Next e ContaPlus da Sage.)

## **OUTRAS INFORMAÇÕES**

⇒ Membro da Associação Portuguesa dos Técnicos Oficiais de Conta (APOTEC)

⇒ Membro Ordem dos Técnicos Oficiais de Contas;

⇒ Formador Certificado

Boa interação com os outros nos contextos formais ou informais, com capacidade de diálogo e discussão de ideias. Habitualmente interesse-me por debates e por defender os meus pontos de vista de forma saudável.

Competências verbais adequadas a diferentes situações sociais. Tenho revelado capacidade de me adaptar a novos contextos, sejam eles de natureza pessoal, escolar ou profissional, respondendo de forma satisfatória às exigências que me são colocadas.

Lisboa, novembro de 2012

José Guerreiro

**ANEXO III**  
(Questionário)

**Universidade do Algarve**  
**Faculdade de Ciências Humanas e Sociais**  
**Departamento de Psicologia**

**Questionário**

O presente questionário tem por objetivo a recolha de informação para a realização de um projeto de investigação no âmbito do comportamento humano. Não há respostas certas ou erradas, o que nos interessa é a sua opinião.

Saliento que a sua colaboração deverá ser voluntária e que tem toda a liberdade para desistir do seu preenchimento, caso assim o entenda. Os dados obtidos neste questionário são anónimos e confidenciais, pelo que não terá que se identificar. Obrigado pela sua colaboração.

Imagine que desempenha funções de gestor de recursos humanos numa empresa de contabilidade e consultadoria fiscal e recebe o Curriculum Vitae (em anexo) para uma vaga de Contabilista na empresa. Trata-se de uma empresa com 23 anos de existência onde trabalham 48 pessoas e com uma carteira de clientes considerável a nível nacional. A quantidade de trabalho determinou a abertura de uma vaga para atividades de contabilidade.

Por favor, leia com atenção e responda às questões que se seguem e as respostas são todas registadas, considerando sempre uma escala crescente de 1 (nada) a 9 (totalmente) e em alguns casos 1 (nada) a 9 ( muito).

**1 – Considere os 15 aspetos principais do desempenho profissional e, para cada um, avalie o candidato da fotografia.**

	Nada <span style="float: right;">Totalmente</span>								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. É meticoloso no trabalho.	1	2	3	4	5	6	7	8	9
2. É confiável	1	2	3	4	5	6	7	8	9
3. Trabalha arduamente	1	2	3	4	5	6	7	8	9
4. É eficaz no trabalho	1	2	3	4	5	6	7	8	9
5. Vê com antecipação	1	2	3	4	5	6	7	8	9
6. É leal à empresa	1	2	3	4	5	6	7	8	9
7. Tem aptidões sociais	1	2	3	4	5	6	7	8	9
8. Acomoda-se no trabalho	1	2	3	4	5	6	7	8	9
9. Trabalha bem em equipa	1	2	3	4	5	6	7	8	9
10. É recetivo à direção	1	2	3	4	5	6	7	8	9
11. É capaz de compreender novas ideias	1	2	3	4	5	6	7	8	9
12. É adaptável à mudança	1	2	3	4	5	6	7	8	9
13. Esta aberto à introdução de novas tecnologias	1	2	3	4	5	6	7	8	9
14. Aprende depressa	1	2	3	4	5	6	7	8	9
15. Esta interessado em receber formação	1	2	3	4	5	6	7	8	9

## 2- Quando olha para o candidato da foto, o que sente/pensa?

Indique em que medida o candidato da foto o faz sentir/pensar da forma descrita em cada um dos itens.

	Nada									Muito								
1. Sinto vontade de chamar a atenção.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
2. Sinto-me atrevido (a).	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
3. Sinto algo intenso.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
4. Sinto vontade de contacto/interacção.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
5. Sinto reciprocidade de sentimentos.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
6. Sinto vontade de agradar.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
7. Sinto borboletas no estômago.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
8. Sinto-me interessado (a).	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
9. Sinto o coração acelerado.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
10. Sinto carinho.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
11. Sinto vontade de trocar sorrisos.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
12. Sinto vontade de estar.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
13. Sinto um <i>click</i> interno	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
14. Sinto vivacidade em mim.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
15. Sinto vontade de senti-lo (a).	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
16. Sinto vontade de rir com ele.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
17. Sinto fascínio.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
18. Sinto curiosidade.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
19. Sinto alegria.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
20. Sinto vontade de olhar os seus olhos.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
21. Sinto empatia.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
22. Sinto vontade de passar tempo com ele.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
23. Sinto algo estranho.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
24. Sinto algo inexplicável.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
25. Sinto uma química entre nós.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
26. Acho-o fisicamente atraente.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
27. Fico com ele no pensamento.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
28. Acho-o agradável.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
29. Sinto vontade de o conhecer.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
30. Faz-me corar.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
31. Sinto-me com desejo.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9

**3 - Quando olha para o candidato, recorda-se de alguém que conhece?**

Nada

Totalmente

1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---

**4 - Quando olha para o candidato, acha-se parecido(a) com ele?**

Indique que medida se acha parecido(a) fisicamente com o candidato da foto.

Nada

Totalmente

1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---

**4.1 - Tendo em consideração a resposta anterior, indique os aspetos em que considera que são parecidos.**

---

---

---

**5 - Em que medida se identifica com o candidato da foto?**

Nada

Totalmente

1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---

**6- Que características atribui ao candidato?**

Tendo em consideração a fotografia do candidato, indique em que medida concorda com as características descritas em cada um dos itens.

	Nada					Totalmente			
1. Amigável	1	2	3	4	5	6	7	8	9
2. Bem intencionado	1	2	3	4	5	6	7	8	9
3. Confiável	1	2	3	4	5	6	7	8	9
4. Caloroso	1	2	3	4	5	6	7	8	9
5. Bondoso	1	2	3	4	5	6	7	8	9
6. Sincero	1	2	3	4	5	6	7	8	9
7. Tolerante	1	2	3	4	5	6	7	8	9

**7 - Em que medida considera que o perfil do candidato é adequado à função?**

Nada								Totalmente
1	2	3	4	5	6	7	8	9

**8 - Em que medida pode constituir uma mais valia para a empresa?**

Nada								Totalmente
1	2	3	4	5	6	7	8	9

**9 - Em que medida contrariaria o candidato da fotografia para a vaga existente?**

Nada								Totalmente
1	2	3	4	5	6	7	8	9

**10 - Identifique as características do candidato:**

**10.1 - Cor dos Olhos:**

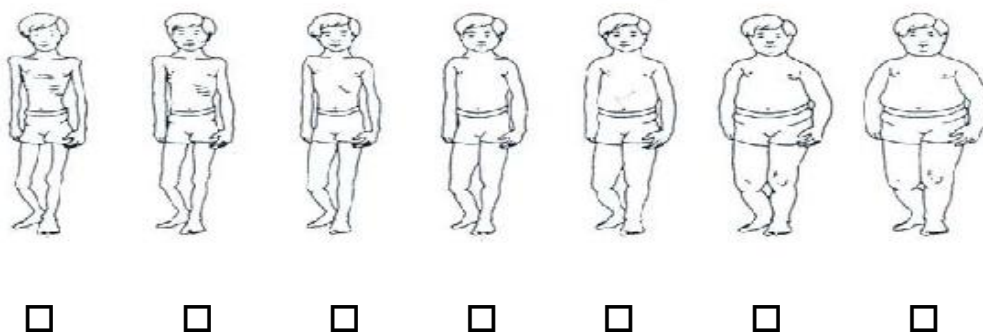
Pretos  Azuis  Verdes  Castanhos

**10.2 - Cor do Cabelo:**

Preto  Castanho  Louro  Ruivo

**10.3 - Estrutura:**

Assinale com um X a estrutura que considera ser representativo do candidato



**11 - Qual considera se o objetivo do estudo?**

---

---

**Dados Biográficos:**

Sexo: F   
M

**Nível Escolaridade**

1º Ciclo   
2º Ciclo   
3º Ciclo   
Ensino Secundário   
Bacharelato/  
Licenciatura   
Mestrado/  
Doutoramento

**Idade**

18-25   
26-34   
35-44   
45-64   
65 ou mais

**Situação Profissional**

Trabalhador por conta outrem   
Trabalhador por conta própria   
Desempregado   
Estudante   
Outro

Profissão: \_\_\_\_\_

Já alguma vez integrou ou integra atualmente uma equipa de recrutamento e seleção?

Sim  Não

Atualmente exerce funções de chefia?

Sim  Não

**Obrigada pela sua colaboração**