

Universidade do Algarve

OBESIDADE E FORMAÇÃO DE IMPRESSÕES: IMPACTO NAS INTERAÇÕES SOCIAIS

Raquel Alexandre Batista Carrilho

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

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

2013

“Obesidade e formação de impressões: impacto nas interações sociais”

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.

(Raquel Carrilho)

Copyright by

Raquel Alexandre Batista Carrilho

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

Como é da praxe, a dissertação obriga no bom sentido da palavra, a um agradecimento sentido e especial, não serei diferente dos outros estudantes e, como tal, cá estou eu para agradecer a um número reduzido de pessoas.

Inicialmente, queria agradecer a minha querida e amiga Carla, que sem ela, não seria possível concretizar a dissertação, agradeço pelas noites de Inverno que passamos, pelas noites na Biblioteca onde juntas partilhamos ideias, onde rimos, onde muitas vezes quis chorar, onde também quis desistir, mas com a força e dedicação transmitida por ela, cá estou eu no termino deste “grande” trabalho.

Agradeço, em especial, à Sofia Justino, uma “figura brilhante” que apareceu na minha vida, apoiando-me nos momentos difíceis e partilhando comigo a felicidade.

Aos meus amigos pela amizade, um obrigada, à Elsa Regnaud e ao Nuno Gomes pelo apoio nos momentos de maior dificuldade.

À Dr.^a Gabriela Gonçalves, pela sua orientação rigorosa e exigente e por toda a sua disponibilidade e apoio fundamentais na realização desta dissertação.

Por último, quero igualmente expressar o meu agradecimento a todos os participantes que cooperarem no meu estudo.

O MEU MUITO OBRIGADO A TODOS!

RESUMO

Cada vez mais somos julgados pela aparência, maneira de estar e interagir, originando a formação de impressões.

Neste sentido, esta investigação procura analisar o efeito de um estímulo social obeso *vs.* não obeso na formação de impressões e na interpretação de um conflito/interação social, com base numa imagem que transmitia uma situação laboral entre um chefe e uma secretária.

Para o efeito foi desenvolvido um estudo quantitativo com um design bifatorial (figura: obeso *vs.* não obeso) x 2 (género: homem *vs.* mulher). A amostra é constituída por 155 participantes de ambos os géneros com idade superior aos 20 anos, que avaliam os atributos sociabilidade e competência e os comportamentos sedução e amizade.

Os resultados obtidos mostraram que existe um efeito significativo da variável figura obesa na sociabilidade e na avaliação das competências, ou seja, a mulher obesa foi avaliada como mais sociável e mais competente. A variável da figura não obesa revelou efeitos significativos na interpretação de comportamentos de amizade e de sedução, o que significa que a mulher não obesa é considerada mais sedutora e amiga, tendo sido o género homem que evidenciou mais a imagem como de sedução.

Palavras-chave: Formação de Impressões, Estereótipos, Atração

ABSTRACT

Day after day we are judged by our appearance, way of living and interacting in the formation of impressions.

Thus, this research seeks to examine the effect of a social obese stimulus vs. a nonobese stimulus in impression formation and in the interpretation of a social conflict/interaction, based on an image that conveyed a labor situation between a boss and a secretary.

For this purpose we developed a quantitative study with a factorial design (figure: obese vs. nonobese) x2 (gender: male vs. female). The sample is composed of 155 participants of both gender, aged over 20 years, that evaluate the sociability and competence attributes and seduction and friendship behaviors.

The results showed that there is a significant effect of the obese figure in sociability and evaluation skills, this is, the obese woman was evaluated as more sociable and more competent. The variable figure not obese revealed significant effects on friendship and seduction, which means that the not obese woman is considered more seductive and friend, the male gender revealed more as an image of seduction.

Keywords: Forming Impressions, Stereotypes, Attraction

Índice Geral

Introdução.....	9
1. Enquadramento Teórico	12
1.1. Formação de Impressões.....	12
1.2. Estereótipos	14
1.3. Atração.....	16
2. Investigação Empírica	17
2.1. Objectivo e delimitação do problema	17
2.2. Definição e Operacionalização das variáveis.....	18
2.2.1. Variáveis Independentes.....	18
2.2.2. Variáveis Dependentes	19
2.2.3. Variáveis de Controlo.....	19
2.3. Metodologia	19
2.3.1. População e Amostra.....	19
2.3.2. Procedimento.	20
2.3.3. Instrumentos e suportes de investigação.	20
3. Resultados.....	22
3.1. Sociabilidade	22
3.2. Competência.....	23
3.3. Sedução	24
3.4. Amizade	25
3.5. Correlações.....	26
4. Discussão de Resultados	28
Conclusão	31
Referências Bibliográficas	33
Anexo 1	38
Questionário para género feminino	38
Anexo 2	44
Questionário para género masculino	44

Índice de Figuras

Figura 1 – Secretária obesa.....	21
Figura 2 – Secretária não obesa.....	21

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Médias e desvios padrões da variável sociabilidade em relação ao design 2 (Figura: obesa vs. não obesa) x 2(Gênero participante: homem vs. mulher).....	23
Tabela 2 - Médias e desvios padrões da variável competência em relação ao design 2 (Figura: obesa vs. não obesa) x 2(Gênero participante: homem vs. mulher).....	24
Tabela 3 - Médias e desvios padrões da variável sedução em relação ao design 2 (Figura: obesa vs. não obesa) x 2(Gênero participante: homem vs. mulher).....	25
Tabela 4 - Médias e desvios padrões da variável amizade em relação ao design 2 (Figura: obesa vs. não obesa) x 2(Gênero participante: homem vs. mulher).....	26

Introdução

“Não é o mais forte que sobrevive, nem o mais inteligente, mas o que melhor se adapta às mudanças”

Charles Darwin

Para formarmos uma impressão acerca de uma outra pessoa habitualmente não necessitamos de muita informação. Esta pode ser obtida de forma direta, através da interação com o sujeito e da observação do seu comportamento verbal ou não verbal e de forma indirecta, através do “ouvi dizer” (Caetano, 1993). Construída com base no processo perceptivo, a formação de impressões permite ao indivíduo saber quem é o outro e em consequência interpretar o comportamento do outro (e.g., Yzerbyt & Schadron, 1996). Para a formação de impressões o indivíduo recorre a um processo de categorização que organiza os estímulos por grupos (categorias) reduzindo a complexidade do meio físico, e humano e legitimando a forma como nos relacionamos com os outros (e.g., Bodenhausen, & Peery, 2009). Este processo é elaborado em função dos estereótipos e das teorias implícitas da personalidade. Entendendo-se os primeiros como crenças partilhadas com outros da mesma categoria social sobre os atributos pessoais específicos dos membros de uma dada categoria social (e.g., Bodenhausen, & Peery, 2009; Leyens, Yzerbyt, & Schadron, 1994; Stroebe & Insko, 1989) e os segundos como crenças gerais sobre a frequência de um traço, a sua variabilidade e a sua relação com outros traços (Leyens, 1983). Estes dois conceitos constituem a essência daquilo a que se chama informação categorial, ou seja uma matriz de interpretação, que evoca sob a forma de atributos de personalidade as expectativas que nós temos relativamente a alguém (Leyens, & Yzerbyt, 1997).

Assim, quando observo alguém atraente considero que é igualmente competente, bem sucedido e socialmente desejável (Dion, Berscheid, & Walster, 1972). Correspondendo ou não à realidade, eles influenciam os comportamentos de quem "vê" face a quem é "visto" (Gonçalves, 2004, p. 68). Assim, pertencer a uma categoria mais do que a outra pode levar ou não, a ser-se alvo de preconceitos e discriminação em função de serem estereótipos negativos ou positivos respectivamente.

A volumetria é um dos atributos que sendo físico condiciona no primeiro olhar a formação de impressões. Vários estudos têm mostrado que indivíduos com excesso de peso são vistos como pessoas menos ativas, mais descuidadas, preguiçosas e culpadas da sua condição corporal. Por outro lado, outros estudos têm mostrado que as pessoas não obesas são consideradas mais felizes e com maior sucesso social e profissional, associado ao facto de serem mais atraentes (e.g., Puhl & Hauer, 2009).

Para Gonçalves (2004), o preconceito que sofre o indivíduo obeso pode ser tão ou mais prejudicial do que os problemas de saúde física decorrentes do seu excesso de peso pois condiciona negativamente a sua auto-imagem e auto-estima (e.g., Felipe, 2001; Fischer, 1995). A percepção da imagem corporal que cada ser humano tem de si próprio altera-se ao longo da sua vida resultante da forma como os outros o vêem e está relacionado com aspectos gerais de auto-confiança.

A obesidade afeta vários determinantes na qualidade de vida de um indivíduo, desde a percepção do indivíduo, os seus sentimentos, os seus comportamentos. Todos estes fatores afetam negativamente o seu dia-a-dia, o que se reflete nas interações com os outros. Os funcionários são avaliados pelos seus atributos físicos, como consequência os obesos são alvo de preconceitos e discriminação tanto ao nível pessoal como profissional (Segal, Cardeal, & Cordás, 2002).

As relações sociais são fundamentais para a vida em sociedade, logo, no meio organizacional a sociabilidade é crucial para o bom desempenho de um colaborador.

Porém, a qualidade das relações sociais pode ser comprometida por fatores como o aspecto físico por exemplo, por isso, não raras vezes os obesos sentem-se excluídos da sociedade, originando um afastamento social e uma baixa auto-estima por consequência. Em comparação os indivíduos cujo aspecto físico vai ao encontro dos ditos padrões de beleza da sociedade parecem estabelecer e manter com maior facilidade relações sociais (Forgas, 2011).

Assim, consideramos pertinente contribuir para a compreensão da percepção dos indivíduos obesos quer em termos dos seus atributos quer da forma como o seu comportamento é interpretado. Dito de outra forma, pretendemos observar o efeito de uma mulher obesa na avaliação dos atributos de sociabilidade e competência (Fiske, Cuddy, & Glick, 2007) e na interpretação do comportamento em interação social em comparação com mulher não obesa.

Para o efeito delineamos um estudo experimental de design bifatorial (figura: obeso vs. não obeso) x 2 (género: homem vs. mulher). Os participantes deveriam observar um cenário igual com duas pessoas em contexto de trabalho (chefe e a secretária), a variável figura foi manipulada sendo em uma condição uma figura de mulher obesa e em outra figura mulher não obesa.

O presente trabalho divide-se em duas partes principais. A primeira é relativa ao enquadramento teórico, onde constam as principais teorias, autores e abordagens para a explicação dos construtos em estudo. A segunda parte, dedicada ao estudo empírico, em que se inclui os objetivos, a metodologia, a apresentação e discussão dos resultados obtidos, terminando com as principais conclusões do estudo.

1. Enquadramento Teórico

1.1. Formação de Impressões

Formação de impressões é todo o processo pelo qual integramos informação acerca de outra pessoa de forma a chegarmos a um julgamento, uma avaliação global dessa pessoa. As primeiras impressões têm um papel importante, porque constituem uma espécie de grelha que permite ao sujeito, aperceber-se da variabilidade do comportamento dos outros sujeitos e fixar determinados traços assumidos como estáveis. Esta estabilidade permite perceber a coerência do comportamento futuro do sujeito (Schneider, D. J., Hastorf, A. H. & Ellsworth, P. C., 1979).

Segundo Gleitman (1986), a aparência física pode ter efeitos significativos na forma como a pessoa é julgada, em termos de oportunidades sociais, relacionamentos, amizades, etc. Quando conhecemos outro indivíduo, formamos uma primeira impressão dessa pessoa, impressão essa que é influenciada pela sua aparência física, pelos seus atributos, etc.

São apenas 30 seg. para formarmos uma primeira impressão de alguém. E é nesse curto espaço de tempo que são analisadas características, como por exemplo, qualidades de personalidade, estados de humor, que relacionam a nossa interação com os outros. E, mesmo que um indivíduo queira revelar características diferentes, ou contraditórias, não hesitamos em criar uma impressão unificada acerca dele, ou seja, a informação adquirida numa primeira vez terá sempre um impacto maior, mesmo que mais tarde essa mesma impressão possa ser modificada (Asch, 1946).

Existem várias interações que determinam as impressões que temos uns dos outros, tais como, os indícios físicos que remetem para características como o facto de ser magro, gordo, etc., através destas características podemos avaliar um indivíduo. Por exemplo, “se for gorda poderá ser divertida!”.

Os indícios verbais, indicam a forma como o indivíduo fala e surge, por exemplo. Os indícios não verbais, que mostram as características do indivíduo, a forma como se sente, como se veste, como fala. E os indícios comportamentais, sendo o conjunto de comportamentos observados no indivíduo que permite classificá-lo. Este tipo de comportamento varia de pessoa para pessoa e remete para as necessidades daqueles que as interpreta. Asch (1946)

Somos cada vez mais uma sociedade visual (expresso emprego, 2012), é referido e confirmado que a imagem mais que nunca se tornou um importante factor em todas as áreas de trabalho. A aparência física influencia bastante na formação de uma impressão, concluindo que as pessoas não obesas, ou seja, fisicamente mais atraentes, têm um maior sucesso tanto a nível profissional como a nível pessoal, uma vez que são mais felizes, originando uma maior confiança tornando-as mais bem-sucedidas na sua vida pessoal e social. (Berscheid & Walster, 1974, citado por Michener, Delamater & Myers, 2003).

A confirmar estas ideias, Hogg e Vaughan (2005) considera a aparência como um elemento muito influente numa primeira impressão.

Os papéis que cada pessoa desempenha na sociedade influenciam na formação de impressão. E todos, mais cedo ou mais tarde terão um papel ao nível profissional, assim dada a multiplicidade de profissões existentes na sociedade, bem como aos vários papéis desempenhados pelos indivíduos, são inúmeros os estímulos que levam a uma impressão e é neste contexto organizacional que os participantes vão julgar a secretária de acordo com o comportamento do chefe.

Em contexto organizacional, o chefe/responsável consoante uma característica que a funcionária evidencia, o chefe percebe outras características positivas ou negativas, ou seja, podemos gerar uma impressão acerca do outro com base numa única

característica, como por exemplo, o aspecto físico, o desempenho profissional, a sua inteligência (Robbins, 1999).

É perante esta realidade que o estudo em questão se debruça sobre as primeiras impressões numa situação de contexto laboral.

1.2. Estereótipos

Nos dias que correm, fala-se muito em estereótipos, onde podemos defini-los como crenças partilhadas com outros a propósito dos atributos pessoais de um dado grupo (Leyens, Yzerbyt & Chadron, 1994).

Para Allport (1954, cit. por Vala e Monteiro, 2000) os estereótipos eram ideias fixas, que advinham do desconhecimento e da falta de informação. Esta definição de estereótipo permaneceu durante muitos anos, sendo considerado como uma forma inferior de pensamento.

Os estereótipos fazem parte de todos nós, porque de uma maneira ou outra acabamos sempre por formar estereótipos, quer positivos quer negativos, acerca dos membros de um determinado grupo.

Sabemos que alguns dos estereótipos mais poderosos estão relacionados com as formas físicas e com o corpo. Regra geral, os indivíduos fisicamente mais atrativos são vistos como mais inteligentes, que os fisicamente menos atrativos (Conner & Armitage, 2002; Toro, Cervera, & Perez, 1988).

Indivíduos obesos são frequentemente estereotipados como emocional e socialmente limitados e com traços de personalidade negativos. Em contexto organizacional, as inferências mais comuns referem-se sempre a uma incapacidade e a uma carência de recursos e de características para a função e às tarefas inerentes a esta. Este estigma faz com que, muitas vezes os trabalhadores obesos se sintam

discriminados. Um facto preocupante, dado que a discriminação baseada em fatores diretamente não relacionados com a performance profissional, como a atratividade, não só condicionam e têm um grave impacto na forma como se utiliza e gere os recursos humanos de uma organização. Assim como, afetam o próprio indivíduo vítima de discriminação, que ao sentir-se pressionado e avaliado negativamente, é visto como menos atrativo e desejável aos olhos dos outros, pode comprometer o seu comportamento, não usufruir de todas as suas competências e ter uma quebra a nível da produtividade.

A discriminação sobre os obesos está presente em todas as fases do ciclo de empregabilidade, como a contratação, as compensações, as promoções, as repreensões e as demissões (Gonçalves (2004), ao longo dos anos, os indivíduos obesos, têm vindo a sofrer de preconceito devido ao excesso de peso. Isto porque, as pessoas gordas são consideradas feias, descuidadas, relaxadas, preguiçosas, culpadas da sua condição, o que lhes tem causado muita angústia e sofrimento. Podemos identificar alguns exemplos, causadores desse sofrimento, como por exemplo, o receio de serem confrontados com certas situações humilhantes, o medo de danificar algo, o medo dos olhares, o medo de comentários inapropriado entre outras situações. Este tipo de situações leva a que tenham receio de sair de casa, que os faça sentirem humilhados por várias situações que possam ocorrer devido ao seu peso (Gonçalves (2004),

Vivemos numa sociedade preconceituosa, onde as pessoas que não possuem os padrões físicos valorizados pela cultura podem ser discriminados de alguma forma. Indivíduos acima do peso ou obesos, são mal vistos pelos outros, acarretando problemas de socialização e auto-estima nos mesmos.

Perante o meu estudo, os resultados mostram que os participantes avaliam a personagem obesa como mais sociável, mais competente. Estas características remetem

para o facto da sociedade actual criar diversos estereótipos em relação aos obesos, um muito comum, é o facto de o indivíduo obeso ser considerado como carinhoso, simpático, bom-humorado.

Os estereótipos dos obesos, divertidos e sempre sorridentes que, em geral deixam transparecer, escondem na verdade algumas dificuldades que eles enfrentam no dia a dia e que, em muitos casos, resultam na abdicação de determinados tipos de lazer e até em isolamento e depressão.

1.3. Atração

A maioria dos estudos que analisam os factores que influenciam a atração utiliza indivíduos muito atrativos ou indivíduos pouco atrativos, sendo ampla a literatura que aponta o desencadeamento de diferentes graus de atração, consoante a atratividade física da pessoa alvo (Allen et al., 1989, cit. In Garcia – Marques).

A atração entre os sexos foi estudada em 1937 por Waller (citado por Claypool & Carlston, 2002) salientado este autor que existem vantagens em nos associarmos a pessoas atraentes, não só pela amizade como também pelas recompensas externas que poderão advir.

Segundo os autores (Michener, Dalamater & Meyers,2005) definem que a atração física é a capacidade que um individuo tem de atrair fisicamente outro individuo, mediante o seu desejo.

Perante a sociedade, as pessoas mais atraentes são muito mais desejáveis comparativamente com as pessoas menos atraentes. Segundo os estudos de Snyder, Tanke, e Berscheid (1977, citado por Michener, Delamater, & Myers,2003), podemos verificar que um indivíduo considerado pela sociedade mais atraente pode ter um comportamento de simpatia, delicado, cordeal, não por possuir na realidade essas

características, mas porque o nosso comportamento perante ele pode desencadear a que ele demonstre essas características, esses laços.

Os principais agentes da atração são a proximidade, a atratividade física, o gosto recíproco (Felmlee (2010) da mesma opinião são os autores Meston e Frohlich que explicam que a convivência entre estes vários agentes, podem facilitar uma proximidade, uma interação no local de trabalho.

Neste sentido, os determinantes da atração dizem respeito a aspectos de situação (proximidade, exposição repetida), atributos do indivíduo (atração física, semelhança, auto-estima), comportamento do indivíduo (simpatia). Sendo considerado o determinante mais simples da atração a proximidade, tornando-se mais provável gostarmos dele, quando expostos ao estímulo (Aronson, Wilson & Akert, 2002).

Segundo o autor Maluf (1997), este relata que é muito mais fácil um colega se interessar por outro no local de trabalho, menciona ainda que é normal este tipo de situações acontecerem. Devido ao facto de passarem muitas horas juntos leva ao conhecimento e avaliação dos comportamentos, das atitudes, da personalidade um do outro. E num encontro formal este tipo de características seria mais difícil de os avaliar.

2. Investigação Empírica

2.1. Objectivo e delimitação do problema

A investigação a realizar pretende observar o efeito da obesidade na avaliação das competências sociais e profissionais nas interações sociais. Neste sentido, coloca-se a hipótese de que a obesidade afeta negativamente a formação de impressões em termos dos atributos competência e sociabilidade. Espera-se igualmente que os cenários com a mulher obesa vs. não obesa afetem a interpretação dos participantes relativamente ao

comportamento do chefe. Ou seja, na condição não obesa o comportamento do chefe deve ser interpretado como mais sedutor e de procura de amizade do que na condição de mulher obesa.

O estudo experimental utilizará um design bifatorial 2 (Figura: obeso vs. não obeso) x 2 (género: homem vs. mulher).

De acordo com a literatura foram elaboradas as seguintes hipóteses:

Hipótese 1: A mulher obesa é avaliada como mais sociável e menos competente do que a mulher não obesa.

Hipótese 2: Os participantes em relação à condição mulher não obesa interpretam o comportamento do chefe como sendo de maior grau de sedução comparativamente com a condição mulher obesa.

Hipótese 3: Os participantes consideram que a possibilidade de amizade é mais evidente na personagem não obesa do que na obesa.

2.2. Definição e Operacionalização das variáveis

2.2.1. Variáveis Independentes

- ✓ Género (homem vs. mulher) (variável organísmica)¹
- ✓ Figura (obesa vs. não obesa)

¹ Variável organísmica refere-se a uma variável biográfica que não podendo ser manipulada pode assumir a função de variável independente. (Fortin, M.-F. (2003). O processo de investigação: Da Concepção à realização. Loures: Luso-Ciência.)

2.2.2. Variáveis Dependentes

- ✓ Atributo Sociabilidade;
- ✓ Atributo Competência;
- ✓ Comportamento de Sedução;
- ✓ Comportamento de Amizade

2.2.3. Variáveis de Controlo

✓ constituída por um item “*Grau de similaridade do candidato com a personagem da desenh*”, cotado de 1 (Nada) a 7 (Totalmente)

✓ constituída por um item “*Grau de identificação do candidato com a personagem do desenh*”, cotado de 1(Nada) a 7(Totalmente)

2.3. Metodologia

2.3.1. População e Amostra.

A amostra foi seleccionada por conveniência (Almeida & Freire, 2007).

Foram inquiridos 155 indivíduos (N σ = 75; N φ = 80) de nacionalidade portuguesa, de diversas habilitações literárias e profissões. Quanto à idade, o intervalo é entre os 20 e os 65 anos, onde a maior frequência se verifica entre os 28-35anos (38.1%) e a menor frequência entre os 44-64 (15.5%).

No que concerne às habilitações literárias a maioria dos participantes tem uma licenciatura (35.5%) e a minoria dos participantes o 2.ºciclo (0.6%).

Em relação à situação profissional a maioria dos participantes trabalha por conta de outrem (65.8%) e a minoria dos participantes são estudantes (7.1%).

2.3.2. Procedimento.

A selecção dos participantes foi efectuada por amostragem de conveniência e os mesmos foram informados que os inquéritos seriam para a elaboração de um projeto de investigação no âmbito do Mestrado de Psicologia Social e das Organizações, garantindo o anonimato, confidencialidade e liberdade de participação.

Aos participantes foi distribuído um questionário composto por cinco partes, onde se solicita o preenchimento do mesmo com base numa imagem que reflete um cenário de uma situação laboral, onde as personagens são um chefe e uma secretária. Solicita-se que se interprete o comportamento do chefe de acordo com os itens apresentados.

A aplicação do inquérito foi individual e na presença do investigador e os dados recolhidos foram posteriormente introduzidos e analisados através do *software* SPSS – versão 14.0.

2.3.3. Instrumentos e suportes de investigação.

Tendo em vista a elaboração do instrumento realizou-se um inquérito com o objetivo de analisar o efeito do estímulo social obeso *vs.* não obeso na formação de impressões e na interpretação de um conflito/interação social, com base numa imagem que transmitia uma situação laboral entre um chefe e uma secretária.

2.3.3.1. Suporte.

Para a presente investigação foi construído uma imagem representativa de um local de trabalho, particularmente, uma interação entre a chefia e um colaborador com a função de secretária.

Sendo este enquadramento assegurado pela manipulação da estrutura física da secretária, em que uma figura apresentava uma estrutura obesa e a outra estrutura não obesa.



Figura 1 - *Secretária obesa*



Figura 2 - *Secretária não obesa*

2.3.3.2. Instrumento de recolha.

A primeira parte é constituída por uma escala construída para o efeito a partir da escala de Índice de Atração Inicial (Rodrigues D., & Garcia – Marques, T. (2006), onde se pretende avaliar o grau de atração que o cenário evidencia, a escala é composta por 31 itens. A estes itens foi dada numa escala tipo Likert de 7 níveis, em que “1” significa “Nada” e “7” significa “Muito”, com uma boa consistência interna ($\alpha = 0.95$). A análise fatorial permitiu retirar as variáveis dependentes amizade e sedução.

A segunda parte, é constituída por duas variáveis de controlo:

“Grau de similaridade do candidato com a personagem da desenh”, cotado de 1 (Nada) a 7 (Totalmente)

“Grau de identificação do candidato com a personagem do desenho”, cotado de 1(Nada) a 7(Totalmente)

A terceira parte é constituída pela escala conteúdos de estereótipos (Fiske, Cuddy, Glick, & Xu, 2002), com 14 itens, a resposta a estes itens foi dada numa escala tipo Likert de 7 níveis, em que “1” significa “Nada” e “7” significa “Totalmente”, a consistência total da tabela é bastante boa ($\alpha= 0.93$). A escala subdivide-se em duas subescalas compostas por sete itens cada, que pretende avaliar a sociabilidade/amizade ($\alpha=0.91$). e as competências profissionais com uma consistência interna ($\alpha=0.90$), da figura feminina da imagem.

A quarta parte do questionário é composto por uma escala corporal, onde o participante analisa o grau de volumetria das figuras do desenho (chefe e secretária), com aquela que mais se identifica com a figura (Collins, 1991).

A última parte do questionário destina-se ao preenchimento dos dados biográficos do participante nomeadamente o sexo (masculino/feminino), a situação profissional, as habilitações literárias e a idade.

Os questionários foram elaborados em duas versões, onde se alterou o questionário consoante o género (homem *vs.* mulher).

3. Resultados

3.1.Sociabilidade

ANOVA *between subjects* para o design 2(Figura: obesa *vs.* não obesa) x 2(Género participante: homem *vs.* mulher) mostrou um efeito significativo da variável figura na sociabilidade percebida ($F_{(1,151)} = 15.442, p = .000$), não foi observado mais nenhum efeito nem interação ($p \geq .05$). Com base na tabela nº1 podemos observar que

independentemente do género do participante a personagem obesa é avaliada como mais sociável do que a não obesa ($M = 5.02$ e $M = 4.42$, respetivamente).

Tabela 1

Médias e desvios padrões da variável sociabilidade em relação ao design 2 (Figura: obesa vs. não obesa) x 2(Género participante: homem vs. mulher)

		Género		Total
		Homem	Mulher	
Figura	Obeso	M= 5.00	M= 5.03	M=5.02
		DP=0.907	DP=1.08	DP=0.989
	Não obeso	M= 4.50	M=4.35	M=4.42
		DP=0.528	DP=1.07	DP=0.858
	Total	M=4.76	M=4.70	
		DP=0.790	DP=1.121	

3.2.Competência

Com base na ANOVA *between subjects* para o design 2(Figura: obesa vs. não obesa) x 2(Género participante: homem vs. mulher) os resultados mostram um efeito significativo da variável figura na avaliação de competência ($F_{(1,151)} = 4.242, p \leq .041$), não foi observado mais nenhum efeito nem interação ($p \geq .05$). Com base na tabela nº2 podemos observar que os participantes homens e mulheres consideram a personagem obesa como mais competente do que a não obesa ($M = 4.91$ e $M = 4.59$, respetivamente).

Tabela 2

Médias e desvios padrões da variável competência em relação ao design 2 (Figura: obesa vs. não obesa) x 2(Género participante: homem vs. mulher)

		Género		Total
		Homem	Mulher	
Figura	Obeso	M= 4.96	M= 4.87	M=4.91
		DP=0.948	DP=1.0419	DP=0.990
	Não obeso	M= 4.75	M=4.46	M=4.59
		DP=0.736	DP=0.9416	DP=0.859
	Total	M=4.86	M=4.67	
		DP=0.856	DP=1.009	

3.3.Sedução

ANOVA *between subjects* para o design 2 (Figura: obesa vs. não obesa) x 2(Género participante: homem vs. mulher) mostrou um efeito significativo da variável figura ($F_{(1,151)} = 27.189, p = .000$) e um efeito da variável género ($F_{(1,151)} = 5.369, p \leq .022$) na variável sedução. Não foi observado nenhuma interação ($p \geq .05$). Os dados inscritos na tabela nº3 mostram que os participantes homens interpretam a situação como de sedução comparativamente com as participantes mulheres ($M = 2.70$ e $M = 2.32$, respetivamente). Por outro lado, quando a personagem é não obesa, o cenário é entendido como de sedução comparativamente com a personagem obesa ($M = 2.98$ e $M = 2.06$, respetivamente).

Tabela 3

Médias e desvios padrões da variável sedução em relação ao design 2 (Figura: obesa vs. não obesa) x 2 (Género participante: homem vs. mulher)

		Género		Total
		Homem	Mulher	
Figura	Obeso	M= 2.15	M= 1.97	M= 2.06
		DP=1.202	DP=1.158	DP=1.072
	Não obeso	M= 3.33	M=2.68	M=2.98
		DP=1.204	DP=0.929	DP=1.217
	Total	M=2.70	M=2.32	
		DP=1.334	DP= 1.103	

3.4. Amizade

Com base na ANOVA *between subjects* para o design 2 (Figura: obesa vs. não obesa) x 2 (Género participante: homem vs. mulher) os resultados mostram um efeito significativo da variável figura na avaliação de amizade ($F_{(1,151)} = 5,784$ $p \leq .017$), não foi observado mais nenhum efeito nem interação ($p \geq .05$). Com base na tabela nº4 podemos observar que os participantes consideram que a possibilidade de amizade é mais evidente na personagem não obesa do que na obesa ($M = 3.63$ e $M = 3.17$, respetivamente).

Tabela 4

Médias e desvios padrões da variável amizade em relação ao design 2 (Figura: obesa vs. não obesa) x 2(Gênero participante: homem vs. mulher)

		Gênero		Total
		Homem	Mulher	
Figura	Obeso	M= 2.99	M= 3.35	M=3.17
		DP=1.377	DP=1.104	DP=1.254
	Não obeso	M= 3.74	M=3.53	M=3.63
		DP=1.122	DP=1.196	DP=1.151
	Total	M=3.34	M=3.44	
		DP=1.312	DP=1.147	

3.5. Correlações

Os participantes homens apresentam uma correlação positiva entre as variáveis sociabilidade e competência quando a personagem é não obesa e obesa ($r = .489, p \leq .003$ e $r = .743, p = .000$, respectivamente) e uma correlação positiva entre sedução e amizade quer para a personagem obesa quer para a não obesa ($r = .658, p = .000$ e $r = .786, p = .000$, respectivamente).

No caso das participantes mulheres que observam o cenário com a mulher não obesa, os resultados mostram correlação entre as variáveis sociabilidade e competência ($r = .526, p = .000$) e entre a variável amizade e a sociabilidade ($r = .340, p \leq .032$), a competência ($r = .340, p \leq .032$) e a sedução ($r = .841, p = .000$).

No caso do cenário com a mulher obesa, os resultados mostram que as participantes mulheres quanto mais avaliam a personagem como sociável mais consideram ser competente ($r = .746, p = .000$) e entre a variável amizade e

competência ($r = .378, p \leq .016$) e a sedução ($r = .590, p = .000$). Dito de outra forma, quando se trata de uma figura obesa as participantes mulheres não avaliam a sociabilidade e a amizade como estando relacionadas.

4. Discussão de Resultados

O estudo que desenvolvemos teve como objetivo observar o efeito da volumetria na avaliação de comportamentos. Ou seja, o efeito do estímulo social obeso *vs.* não obeso na formação de impressões e na interpretação de comportamentos sociais.

Assim sendo, manipulamos a figura do desenho obesa *vs.* não obesa onde se procura avaliar a sociabilidade, a competência, a sedução e a amizade que o cenário evidencia.

Alguns dos resultados obtidos nesta investigação foram semelhantes aos encontrados em estudos já realizados, concluindo-se assim que a aparência, nomeadamente a atratividade física, influencia na formação de impressões, em que as pessoas fisicamente mais atraentes são vistas como tendo traços socialmente mais desejados comparativamente com outras pessoas menos atrativas (Michener, Delamater, & Myers, 2003).

Vários estudos (e.g., Segal, Cardeal, & Cordás, 2002) mencionam que os obesos sentem discriminação/preconceito no local de trabalho. Sentem-se discriminados por parte das organizações, uma vez que são considerados menos aptos, menos competentes, menos produtivos, menos organizados e menos ativos entre outras características menos favoráveis.

A primeira hipótese foi confirmada parcialmente, onde podemos constatar que a mulher obesa foi considerada mais sociável, porém também é vista como mais competente, ao contrário do que se esperava.

Podemos justificar as respostas dos participantes à luz da distorção de positividade (os indivíduos estão mais predispostos a fazer avaliações positivas do que negativas relativamente aos outros) Matlin e Stang (1978) Sears (1983), ou seja,

podemos considerar que os participantes se reviram/comparam com a imagem, daí os resultados da mulher obesa terem sido superiores aos da não obesa.

Os indivíduos efetivamente consideraram os obesos mais sociáveis o que corrobora com algumas teorias e estudos anteriormente realizados, onde se confirma que os obesos são considerados como mais simpáticos, mais estrovertidos (e.g., Carels, Musher, 2009). Mais divertidos, mais amáveis e afáveis (Fischer, 1995). Os obesos vistos como menos competentes, preguiçosos e com falta de autodisciplina (Roehling, 1999).

Os participantes consideram a mulher obesa como sendo mais competente, o que não vai de encontro com a literatura uma vez que os obesos são vistos como menos competentes e menos produtivos, menos competentes, preguiçosos e com falta de autodisciplina (Roehling, 1999), são indivíduos menos decididos e menos ativos e a maioria das vezes mais repreendidos, havendo uma maior probabilidade de serem despedidos em comparação com os não obesos (Rothlum, Brand, Miller, & Oerjen, 1990). Porém, em um novo estudo realizado, mais tarde, pelos autores Miller, Rothblum, Brand & Felicio (1995) constatou-se que as mulheres obesas possuíam mais competências em situações sociais do que as não obesas.

A segunda hipótese confirma-se, onde os resultados mostram que quando a personagem é não obesa, o cenário de sedução é visto como uma possibilidade, comparativamente com a personagem obesa. Quanto mais atrativa for a mulher, mais depressa se considera que o chefe adotará uma atitude de sedução para com ela.

A confirmar também esta hipótese, é o facto do género masculino avaliar o género feminino pelos atributos físicos, a sua perceção de beleza é influenciada pela atratividade física da mulher (Jensen-Campbell, Oeste e Graziano, 1995). Ou seja, os homens

comparativamente às mulheres, dão maior importância aos atributos físicos (Sprecher, Sullivan e Hatfield, 1994)

De acordo com alguns estudos (e.g., Rothlum, Brand, Miller, & Oerjen, 1990)., revelam em contexto organizacional, que os indivíduos fisicamente atraídos são considerados mais agradáveis e inteligentes, com mais aptidões e comportamentos positivos, o que leva a serem contratados, promovidos ou ainda a aumentos de salário com mais facilidade do que os menos atraídos.

Confirmando-se ainda esta análise, os autores Miller, Rothblum, Brand, Barbour, & Felicio, (2006) mostraram que as mulheres obesas causaram uma pior impressão, sendo consideradas menos agradáveis, menos habilidosas e fisicamente menos atraídas que as mulheres não obesas.

A terceira hipótese confirma-se, os participantes consideram que a mulher não obesa é considerada como tendo maior probabilidade de ser sua amiga do que a mulher obesa. O ideal de beleza tem ainda um peso considerável em termos de amizade.

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

Os nossos resultados confirmam efetivamente que a mulher não obesa é considerada mais amiga que a mulher obesa, esta justificação pode dever-se ao facto de os participantes homens atribuírem amizade à variável sedução, ou seja, confundirem a variável amizade com atração/paixão.

Conclusão

Com este trabalho de investigação pretendeu-se observar o efeito da obesidade na avaliação das competências sociais e profissionais no contexto das interações sociais, com base nas hipóteses (a) a mulher obesa é avaliada como mais sociável e menos competente do que a mulher não obesa, (b) os participantes em relação à condição mulher não obesa interpretam o comportamento do chefe como sendo de maior grau de sedução comparativamente com a condição mulher obesa e (c) os participantes consideram que a possibilidade de amizade é mais evidente na personagem não obesa do que na obesa.

Através dos resultados obtidos observou-se que existem diferenças significativas entre as variáveis dependentes. Relativamente à sociabilidade e à competência, podemos observar que, tal como a primeira hipótese preconizava, a mulher obesa foi considerada mais sociável, porém, ao contrário do que se esperava, também é vista como mais competente do que a mulher não obesa.

No que concerne à hipótese de que os participantes em relação à condição mulher não obesa interpretam o comportamento do chefe como sendo de maior grau de sedução comparativamente com a condição mulher obesa, os resultados mostram que quando a personagem é não obesa, o cenário de sedução é visto como uma possibilidade, comparativamente com a personagem obesa. Ou seja, quanto mais atractiva for a mulher, sem qualquer relação com a obesidade, mais depressa se considera que o chefe adotará uma atitude de sedução para com ela.

A condição não obesa influencia positivamente a possibilidade de estabelecer relações de amizade, ou seja, os participantes consideram que a mulher não obesa é considerada como tendo maior probabilidade de ser sua amiga do que a mulher obesa.

De uma forma geral, pode-se assim concluir que os indivíduos estão constantemente a formar impressões acerca daqueles que os rodeiam, sendo que esta investigação vai ao encontro dos resultados de outros estudos, que demonstram a influência da obesidade na formação de impressões. O ideal de beleza tem ainda um peso considerável em termos de amizade e relações interpessoais. Não raras vezes, os obesos são colocados de parte e considerados menos sedutores.

No entanto, apesar do estigma que envolve a obesidade e o preconceito que ainda persiste na nossa sociedade, em termos profissionais, parece evidenciar-se uma alteração de paradigmas. Presentemente, são dadas iguais oportunidades tanto aos obesos como aos não obesos quer na contratação, como na promoção dentro do seio organizacional.

Apesar de ter sido possível estabelecer estas conclusões, na maioria das vezes confirmando os resultados já alcançados por diversos estudos, consideramos que alguns aspectos poderiam ser considerados em investigações futuras.

Desta forma, preconizamos a hipótese de o cenário apresentado, em vez de mostrar uma chefia masculina, tenha uma mulher como chefe. Este fato pode ser relevante para verificar se existem diferenças na análise do contexto apresentado por parte do participante.

Propõe-se ainda uma investigação que procure associações entre as variáveis deste estudo e variáveis individuais do participante, como é o caso do peso. Ou seja, seria interessante perceber se as respostas dadas dependem do próprio peso e auto-conceito da amostra.

Ressalvamos ainda o fato de algumas das respostas dos participantes poderem ser as ditas “respostas politicamente correctas” e, como tal, os resultados sofrerem a influência da desejabilidade de resposta.

Referências Bibliográficas

- Almeida, L. S. & Freire, T. (2007). Metodologia da Investigação em Psicologia Educação. 5ª Edição, Braga: Psiquilibrios Edições.
- Asch, S. E. (1946). Forming impression of personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41, 285-290.
- Bellizzi, JA, Klassen, ML, & Belonax, JJ (1989). "Stereotypical beliefs about overweight and smoking and decision-making in assignments to sales territories". *Perceptual and Motor Skills* , 69, 419-429.
- Bodenhausen, G. V., & Peery, D. (2009). Social categorization and stereotyping in vivo: The VUCA challenge. *Social and Personality Psychology Compass*, 3, 133–151.
- Caetano, A (2004) *Formação de Impressões*. In Vala, J., & Monteiro, M.B. (8ª Edição), *Psicologia Social* (pp. 89-124). Lisboa: Fundação Gulbenkian.
- Collins M. E. (1991). Body figure perceptions and preferences among preadolescent children. *Int J Eat Disord*, 10, 199-208.
- Correia, T. & Hernandez, Jose. (2010) Estereótipos sociais vinculados ao corpo. *Revista Digita – Buenos Aires*, ano 14, nº 140, Brasil.
- Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24(3), 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.
- Expresso emprego (2012) . Disponível em: <http://aeiou.expressoemprego.pt>
- Felippe, Flávia M.L. O peso social da obesidade. Tese(Doutorado em Serviço Social) Universidade Católica, Porto Alegre, 2001.

- Fischler, Claude. Obeso benigno, obeso maligno. In: Políticas do corpo. São Paulo, 1995.
- Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., & Glick, P. (2007). Universal dimensions of social cognition: Warmth and competence. *Trends in Cognitive Sciences*, 11(2), 77-83.
- Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., Glick, P., & Xu, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 151-158.
- Forgas, J.P. (2011). Can negative affect eliminate the power of first impression? Affective influences on primacy and recency effects in impression formation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 47, 425-429.
- Gleitman, Henry (1986) *Psicologia*, 3.ª edição Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian
- Gonçalves, G. (2004). Ameaça de estereótipo: Influência do self-conceito e do controle. Tese de doutoramento, Faculté de Psychologie et Sciences de l'Éducation, Louvain La Neuve.
- Hogg, M. A., & Vaughnan, G. M. (2005) *Social Psychology* (4 ed.) Pearson Prentice Hall.
- 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
- Kanazawa, S., & Kovar, J.L. (2004) Why beautiful people are more intelligent. *Intelligence*, 32, 227-243
- Leyens, J.-Ph. (1983). *Sommes-nous tous des psychologues? Approche psychosociale des théories implicites de personnalité* [Are we all psychologists? A psychosocial approach of implicit theories of personality]. Bruxelles: Mardaga.

- Leyens, J.-Ph., & Yzerbyt, V. Y. (1997). *Psychologie sociale*. Bruxelles: Mardaga.
- Leyens, J.Ph., Yzerbyt, V.Y., & Schadron, G. (1994) *Stereotypes and Social Cognition*
London: Sage.
- Maluf, K. Amor no Escritório. ELLE, v.10. n.º11, p.92-94, 1997
- Mast, L. (1996) Impression Formation : do facial features or body types have a greater influence on first impressions? State College , Missouri, Western
- Matlin, M., e Stang, D. (1978). *The pollyanna principle: Selectivity of language, memory and thought*. Cambridge: Schenkman.
- 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.
- Michener, H.A., Delamater, J.D. & Myers, D. J. (2003) *Psicologia Social*
- 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
- Moreira, A. R. L. Algumas considerações sobre a consciência na perspectiva fenomenológica de Merleau-Ponty. In: *Estudos de Psicologia*, 1997.
- 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
- Pelegrini, T. (2004) Imagens do corpo: reflexões sobre as aceções corporais contruídas pelas sociedades ocidentais. *Revista Urutágua-revista académica*

multidisciplinar. Centro de Estudos sobre Intolerância Quadrimestral nº8 ISSN 1519.6178

Puhl, R., M. & Hauer, C., A. (2009) The Stigma of Obesity: a Review and Update.

Obesity; 17, (5), 941-964

Rebello, A. (2006) Obesidade mórbida: fatores de personalidade. Comportamento Alimentar e Imagem Corporal. *Tese de Mestrado em Psicologia da Saúde*, ISPA.

Robbins, S. P., (1999) *Comportamento Organizacional*. Prentice Hall, 8ª Edição. ISBN 970-17-0236-0.

Rodrigues, D., & Garcia-Marques, T. (2006). Como medir a atracção sentida num primeiro encontro? Construção do *Índice de Atracção Inicial (IAI)*.

Rodrigues, D. & Marques, G. (2006) 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

Segal, A., Cardeal, M.V., & Cordás (2002) Aspectos psicossociais e psiquiátricos da obesidade. *Revista da Psiquiatria Clínica*, 29, 81-89.

Sprecher, S., Aronson, A., Hatfield, E., Cortese, A., Potapova, E., e Levitskaya, A. (1994). Love: American style, Russian style, and Japanese style. *Personal Relationships*, 1, 349-369.

Schneider, D. J., Hastorf, A. H. & Ellsworth, P. C. (1979). *Person perception*. MA: Addison Wesley

Yzerbyt, V.Y. & Schadron, G.H. (1996). *Connaître et juger autrui: Une introduction à la cognition sociale*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

Anexo 1

Questionário para género feminino

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.

Salientamos 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.

Esta imagem retrata um cenário de um local de trabalho onde as personagens são um chefe e uma secretária. Pretende-se que interprete o comportamento do chefe de acordo com os itens que lhe apresentamos, para isso indique em que medida concorda com cada uma das afirmações. Registe a sua resposta em uma escala crescente de 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente).

Por favor responda aos itens que se seguem com base na observação da imagem:

Itens	Escala de Resposta						
	Nada						Muito
1. O chefe está a ditar um documento.	1	2	3	4	5	6	7
2. Ele sente um <i>click</i> interno.	1	2	3	4	5	6	7
3. O chefe está zangado com a secretária.	1	2	3	4	5	6	7
4. Ele sente borboletas no estômago quando está com a secretária.	1	2	3	4	5	6	7
5. O chefe está a elogiar a secretária.	1	2	3	4	5	6	7
6. O chefe considera a secretária competente	1	2	3	4	5	6	7
7. O chefe está a convidar a secretária para sair.	1	2	3	4	5	6	7
8. Ele fica com ela no pensamento.	1	2	3	4	5	6	7
9. O chefe está a corrigir um documento escrito pela secretária.	1	2	3	4	5	6	7
10. O chefe está a chamar a atenção a secretária.	1	2	3	4	5	6	7
11. O chefe acha a secretária atraente.	1	2	3	4	5	6	7
12. Existe empatia entre os dois.	1	2	3	4	5	6	7
13. O chefe está a admirar o decote da secretária.	1	2	3	4	5	6	7

14. O chefe sente algo intenso pela secretária.	1	2	3	4	5	6	7
15. Ele sente o coração acelerado quando está com a secretária.	1	2	3	4	5	6	7
16. O chefe sente-se fascinado com a secretária.	1	2	3	4	5	6	7
17. O chefe sente vontade de rir com ela.	1	2	3	4	5	6	7
18. Ele sente algo inexplicável.	1	2	3	4	5	6	7
19. O chefe sente carinho pela secretária.	1	2	3	4	5	6	7
20. O chefe sente vontade de interação com a secretária.	1	2	3	4	5	6	7
21. O chefe está interessado na secretária.	1	2	3	4	5	6	7
22. Ele acha-a agradável.	1	2	3	4	5	6	7
23. O chefe sente desejo pela secretária.	1	2	3	4	5	6	7
24. O chefe sente vontade de passar tempo com ela.	1	2	3	4	5	6	7
25. Ele sente algo estranho pela secretária.	1	2	3	4	5	6	7
26. O chefe sente alegria quando está com a secretária.	1	2	3	4	5	6	7
27. O chefe sente vontade de a conhecer.	1	2	3	4	5	6	7
28. O chefe sente vontade de olhar nos olhos.	1	2	3	4	5	6	7
29. Ele sente vontade de trocar sorrisos com a secretária.	1	2	3	4	5	6	7
30. A secretária faz corar o chefe.	1	2	3	4	5	6	7
31. Existe uma química entre os dois	1	2	3	4	5	6	7

A. Quando olha para as personagens, acha-se parecida com a secretária?

(1) Indique que medida se acha parecida fisicamente com a secretária. Registe a sua resposta, no número que melhor se adequa à sua opinião. Considere uma escala crescente de 1 (nada) a 7 (totalmente).

Nada
Totalmente

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

B. Em que medida se identifica com a secretária?

Registe a sua resposta, no número que melhor se adequa à sua opinião. Considere uma escala crescente de 1 (nada) a 7 (totalmente).

Nada
Totalmente

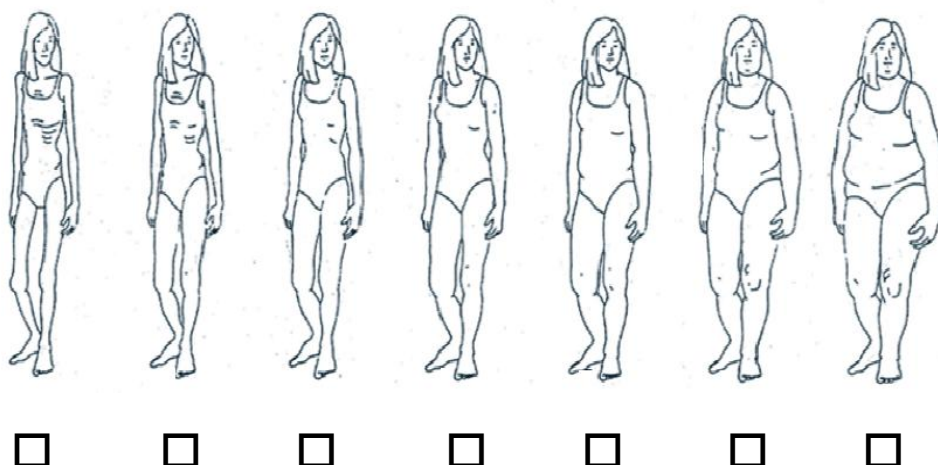
1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

C. Que características atribui à secretária?

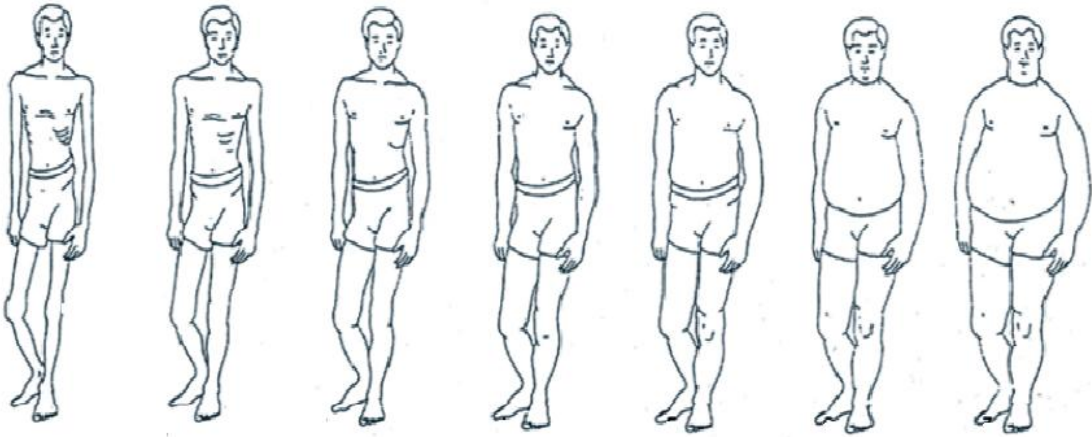
Itens	Totalmente						
	Nada						
1. Competente	1	2	3	4	5	6	7
2. Confiante	1	2	3	4	5	6	7
3. Independente	1	2	3	4	5	6	7
4. Competitiva	1	2	3	4	5	6	7
5. Capaz	1	2	3	4	5	6	7
6. Eficiente	1	2	3	4	5	6	7
7. Habilidade	1	2	3	4	5	6	7
8. Amigável	1	2	3	4	5	6	7
9. Bem-humorada	1	2	3	4	5	6	7
10. Confiável	1	2	3	4	5	6	7
11. Calorosa	1	2	3	4	5	6	7
12. Bondosa	1	2	3	4	5	6	7
13. Sincera	1	2	3	4	5	6	7
14. Tolerante	1	2	3	4	5	6	7

Assinale com uma X a estrutura física que considera ser representativa dos personagens do desenho.

A) Secretária



B) Chefe



Dados Biográficos:

Sexo: F

M

Situação Profissional

Estudante

Trabalhador por conta de outrem

Trabalhador por conta própria

Desempregado

Outro

Profissão: _____

Habilitações Literárias, Indique o nº de anos de escolaridade (incluindo o atual ano):

Idade:

20-27

28-35

36-43

44-64

65 ou mais

Obrigado pela sua colaboração!

Anexo 2

Questionário para género masculino

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.

Salientamos 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.

Esta imagem retrata um cenário de um local de trabalho onde as personagens são um chefe e uma secretária. Pretende-se que interprete o comportamento do chefe de acordo com os itens que lhe apresentamos, para isso indique em que medida concorda com cada uma das afirmações. Registe a sua resposta em uma escala crescente de 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente).

Por favor responda aos itens que se seguem com base na observação da imagem:

Itens	Escala de Resposta						
	Nada						Muito
1. O chefe está a ditar um documento.	1	2	3	4	5	6	7
2. Ele sente um <i>click</i> interno.	1	2	3	4	5	6	7
3. O chefe está zangado com a secretária.	1	2	3	4	5	6	7
4. Ele sente borboletas no estômago quando está com a secretária.	1	2	3	4	5	6	7
5. O chefe está a elogiar a secretária.	1	2	3	4	5	6	7
6. O chefe considera a secretária competente	1	2	3	4	5	6	7
7. O chefe esta a convidar a secretária para sair.	1	2	3	4	5	6	7
8. Ele fica com ela no pensamento.	1	2	3	4	5	6	7
9. O chefe esta a corrigir um documento escrito pela secretária.	1	2	3	4	5	6	7
10. O chefe está a chamar a atenção a secretária.	1	2	3	4	5	6	7
11. O chefe acha a secretária atraente.	1	2	3	4	5	6	7
12. Existe empatia entre os dois.	1	2	3	4	5	6	7
13. O chefe está a admirar o decote da secretária.	1	2	3	4	5	6	7
14. O chefe sente algo intenso pela secretária.	1	2	3	4	5	6	7

15. Ele sente o coração acelerado quando está com a secretária.	1	2	3	4	5	6	7
16. O chefe sente-se fascinado com a secretária.	1	2	3	4	5	6	7
17. O chefe sente vontade de rir com ela.	1	2	3	4	5	6	7
18. Ele sente algo inexplicável.	1	2	3	4	5	6	7
19. O chefe sente carinho pela secretária.	1	2	3	4	5	6	7
20. O chefe sente vontade de interação com a secretária.	1	2	3	4	5	6	7
21. O chefe está interessado na secretária.	1	2	3	4	5	6	7
22. Ele acha-a agradável.	1	2	3	4	5	6	7
23. O chefe sente desejo pela secretária.	1	2	3	4	5	6	7
24. O chefe sente vontade de passar tempo com ela.	1	2	3	4	5	6	7
25. Ele sente algo estranho pela secretária.	1	2	3	4	5	6	7
26. O chefe sente alegria quando está com a secretária.	1	2	3	4	5	6	7
27. O chefe sente vontade de a conhecer.	1	2	3	4	5	6	7
28. O chefe sente vontade de olhar nos olhos.	1	2	3	4	5	6	7
29. Ele sente vontade de trocar sorrisos com a secretária.	1	2	3	4	5	6	7
30. A secretária faz corar o chefe.	1	2	3	4	5	6	7
31. Existe uma química entre os dois	1	2	3	4	5	6	7

A. Quando olha para as personagens, acha-se parecido com o chefe?

(1) Indique que medida se acha parecido fisicamente com o chefe. Registe a sua resposta, no número que melhor se adequa à sua opinião. Considere uma escala crescente de 1 (nada) a 7 (totalmente).

Nada							Totalmente
1	2	3	4	5	6	7	

B. Em que medida se identifica com o chefe?

Registe a sua resposta, no número que melhor se adequa à sua opinião. Considere uma escala crescente de 1 (nada) a 7 (totalmente).

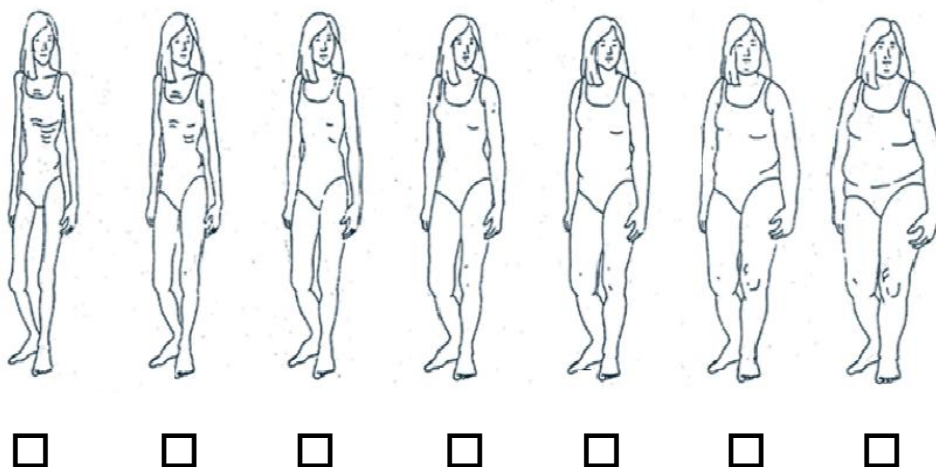
Nada							Totalmente
1	2	3	4	5	6	7	

C. Que características atribui à secretária?

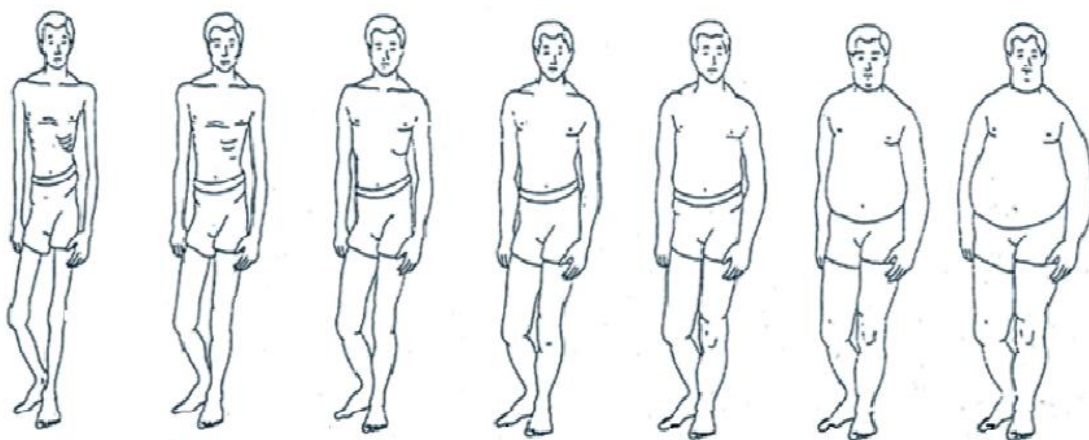
Itens	Nada							Totalmente						
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
32. Competente	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
33. Confiante	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
34. Independente	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
35. Competitiva	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
36. Capaz	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
37. Eficiente	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
38. Habilidosa	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
39. Amigável	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
40. Bem-humorada	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
41. Confiável	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
42. Calorosa	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
43. Bondosa	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
44. Sincera	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
45. Tolerante	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

Assinale com uma X a estrutura física que considera ser representativa dos personagens do desenho.

C) Secretária



D) Chefe



Dados Biográficos:

Sexo: F

M

Situação Profissional

Estudante

Trabalhador por conta de outrem

Trabalhador por conta própria

Desempregado

Outro

Profissão: _____

Habilitações Literárias, Indique o nº de anos de escolaridade (incluindo o atual ano): _____

Idade:

20-27

28-35

36-43

44-64

65 ou mais

Obrigado pela sua colaboração!