

Universidade de Brasília

Instituto de Psicologia

Programa de Pós-graduação em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações

“Estereótipos femininos: Competência e amabilidade em avaliações implícitas,
explícitas e de empregabilidade”

Mestrado

Raissa Damasceno Cunha

Brasília, DF

2017

Universidade de Brasília

Instituto de Psicologia

Programa de Pós-graduação em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações

“Estereótipos femininos: Competência e amabilidade em avaliações implícitas,
explícitas e de empregabilidade”

Mestrado

Raissa Damasceno Cunha

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações.

Orientador: Prof. Ronaldo Pilati

Brasília, DF

Fevereiro de 2017

BANCA EXAMINADORA:
Dissertação defendida e aprovada em 23 de fevereiro de 2017

Dr. Ronaldo Pilati

Universidade de Brasília

(Presidente)

Amalia Raquel Perez-Nebra, Ph.D

Centro Universitário de Brasília – UniCEUB

(Membro)

Raquel Hoersting, Ph.D

Universidade de Brasília

(Membro)

Fabio Iglesias

Universidade de Brasília

(Membro suplente)

“If you have an effect that nobody can replicate, then your phenomenon fades away. So if you want to have a legacy, then you jolly well better have an effect that replicates.”

Susan Fiske

Agradecimentos

Primeiramente agradeço à minha mãe e irmã pelo apoio incondicional e por todo cuidado. Agradeço aos meus pais por terem me oferecido a oportunidade de ter a melhor educação possível apesar de todo sacrifício. Agradeço às minhas primas parceiras de estudo e ao Murillo por todo amor e compreensão. Agradeço ao Bruno pela revisão de última hora.

Agradeço o Vithor por ler e criticar pacientemente todos os meus trabalhos, sem ele este trabalho não teria sido concretizado. Obrigada por sua amizade.

Agradeço ao Professor Fabio que me ensinou a fazer pesquisa e por ter me chamado para fazer meu primeiro Pibic quando eu ainda era aluna de contabilidade.

Agradeço aos colegas de laboratório que sempre me deram apoio e me fizeram sentir que eu tinha um lugar dentro na UnB.

Agradeço às minhas amigas que sempre estiveram ao meu lado me dando apoio.

Agradeço aos alunos e alunas de psicologia social que estiveram comigo estudando como melhorar a pesquisa. Agradeço especialmente à Gabriela, Elis, Luana, Marina, Cecília, Vitória e Natália.

Agradeço ao meu orientador Professor Ronaldo que sempre foi muito paciente em me ensinar. Espero um dia alcançar sua competência, organização e capacidade de orientar com clareza e exigência.

Sumário

Índice de tabelas e figuras	7
Resumo	8
Abstract	9
Introdução	10
Estudo 1: Estereótipos ambivalentes de pais e mães: um estudo sobre seus impactos na empregabilidade	16
Método	18
Resultados	20
Discussão	24
Estudo 2: Desenvolvimento de dois Testes breves de associação implícita usando o Modelo de Conteúdo de Estereótipos	27
Estudo Piloto	32
Método	33
Resultados e Discussão	34
Estudo 2	35
Método	36
Resultados	39
Discussão Parcial	42
Considerações finais e direcionamento futuros	45
Referências	47
Apêndice A	56
Apêndice B.....	58
Apêndice C.....	59
Apêndice D	60
Apêndice E.....	61
Apêndice F.....	62
Apêndice G	63
Apêndice H	64
Apêndice I.....	65

Índice de tabelas e figuras

Tabela 1. Resultados da análise fatorial da escala de percepção de amabilidade e competência	20
Tabela 2. Resultado das quatro regressões múltiplas com as dimensões de Competência e Amabilidade como preditoras de empregabilidade	23
Tabela 3. Correlações entre os TBAIs, TAI e fatores da escala PACSC	41
Tabela 4. Parâmetros dos seis modelos de regressão múltipla nos quais foi usando tanto as escalas PACSC quanto os TBAIs para predizer ora o Sexismo hostil ora o Sexismo benevolente	42
Figura 1: Conjunto e Imagens de Donas de casa usadas como estímulo nos dois TBAIs	58
Figura 2: Conjunto e imagens de empresárias usadas como estímulo nos dois TBAIs.	58
Tabela 5. Categorias atributo do TBAI de amabilidade	59
Tabela 6. Categorias atributo do TBAI de competência	60
Tabela 7. Palavras usadas para as categorias do TAI de gênero/carreira	61
Tabela 8. Cargas fatoriais da escala de PACSC para empresárias após a retirada de itens não replicáveis.....	63
Tabela 9. Cargas fatoriais da escala de PACSC para donas de casa após a retirada de itens não replicados.....	64
Tabela 10. Cargas fatoriais da escala de sexismo ambivalente	65

Resumo

Os estudos recentes sobre estereótipos têm utilizado os conteúdos de amabilidade e competência como uma sistematização útil para compreensão desse fenômeno. Nesta dissertação foram realizados dois estudos seguindo o modelo do conteúdo de estereótipos. Similar ao delineamento de Cuddy, Fiske e Glick (2004), testou-se no Estudo 1 se as percepções de competência e amabilidade de homens e mulheres, com e sem filhos, têm influência sobre a empregabilidade deles. Participaram 135 pessoas separadas em duas gerações: 71 universitários (49,3% mulheres) com idade variando entre 18 e 30 anos; e 64 pessoas (46,9% mulheres) que frequentavam a universidade com idade entre 45 anos e 75 anos. Foram coletados questionários os quais continham a descrição de um dos quatro cenários que variaram quanto à paternidade e maternidade. Todos os cenários foram avaliados como mais competentes do que amáveis (as mães mais do que os outros grupos), mas não houve redução na competência e empregabilidade dos cenários. As duas dimensões positivas de estereótipo predisseram empregabilidade. No Estudo 2 foram construídos dois Testes Breves de Associação Implícita (TBAI), um de competência e outro de amabilidade sobre subtipos femininos. Para testar a validade convergente com uma medida indireta de atitudes foi usado o Teste de Associação Implícita - TAI de gênero/carreira, para validade convergente com uma medida de autorrelato e a validade preditiva foi testada usando o Inventário de Sexismo Ambivalente. Foram analisadas as respostas de 80 mulheres e 69 homens com média de idade igual a 20,73 anos. Não foi confirmada a validade preditiva e convergente dos TBAs restringindo as conclusões. Os resultados dos Estudos 1 e 2 desta dissertação apontam para uma avaliação geral positiva de grupos femininos e são discutidos problemas de desajustabilidade social em medidas de estereótipos.

Palavras-chave: Modelo de Conteúdo de Estereótipos; subtipos femininos; medidas implícitas.

Abstract

Recent studies on stereotypes have used the contents of warmth and competence as a useful systematization for understanding this phenomenon. In this dissertation two studies were carried out following the Model of Stereotype Content. Similar to the Cuddy, Fiske, and Glick (2004) design, the first study tested whether the perceptions of competence and warmth of men and women, with and without children, influence their employability, with the contribution of comparing between generations of respondents. A total of 135 participants were separated into two generations: 71 university students (49.3% female) aged 18 to 30 years and 64 people (46.9% female) attending university aged 45 and over 75 years old. The questionnaires contained a description of one of the 4 scenarios that varied in relation to paternity and maternity. All scenarios were evaluated more as competent than warmth (mothers more than the other groups), but there was no reduction in competence and employability within the scenarios. The two positive dimensions of stereotype predict employability. In Study 2 two Brief Implicit Association Test – BIATs were constructed on female subtypes, one of competence and another of warmth. To test the convergent validity with an implicit measure of attitudes the Gender/career Implicit Association Test – IAT was used for convergent validity with a self-report measure and the predictive validity was tested using the Ambivalent Sexism Inventory. Data collection was carried out in person at the University's computers and a pilot study was carried out for the mapping of female subtypes. The responses of 80 women and 69 men with mean age of 20.73 years were analyzed. The predictive and convergent validity of the BIATs were not confirmed, restricting the conclusions. The results of studies 1 and 2 of this dissertation point out to a general positive evaluation of female groups and problems of social desirability are discussed.

Keywords: Stereotype Content Model; Female subtypes; Indirect measures.

Introdução

De acordo com *Global Gender Gap Index* (2015) produzido pelo Fórum Mundial, o Brasil está na 85ª posição em um total de 145 países analisados. O índice, que estima diferenças relativas entre os sexos baseado em uma série de indicadores econômicos, alerta que nenhum país no mundo alcançou a plena igualdade de gênero em todos os quesitos. As sociedades mais desiguais têm mais problemas de saúde pública e tensões sociais, além de menor mobilidade social, educação, confiança e qualidade de vida (Wilkinson & Pickett, 2009). Essa inequidade entre os sexos decorre de problemas complexos, que no âmbito da psicologia são explicados em parte pela psicologia social e cognitiva nos fenômenos de discriminação, preconceito e estereótipos.

Em sua definição clássica, Allport (1954) descreve o fenômeno do preconceito como uma antipatia, baseada em uma generalização inflexível, que pode ser sentida ou expressa, tendo como alvo um grupo ou indivíduo devido à sua filiação. A estereotipização, por outro lado, é o processo de atribuição de características generalizadas para indivíduos em particular, devido ao seu grupo de pertença (Bodenhausen & Richeson, 2010). O processo de estereotipização é definido como um componente cognitivo do processo de categorização (Fiske & Tablante, 2015) e é produto inevitável do processamento de informação com componentes automáticos e controlados que guiam comportamentos (Devine, 1989).

Os estereótipos de um grupo não são uma lista aleatória de características e sim um conjunto congruente que explica o porquê do grupo ser percebido de determinada forma (Bodenhausen & Richeson, 2010) e, em definições mais atuais, contêm tanto avaliações negativas quanto positivas sobre determinado grupo. Segundo Fiske, Cuddy, Glick e Xu (2002), o conteúdo do estereótipo se organiza em duas dimensões

que seguem uma perspectiva funcional, por serem resultado de percepções interpessoais e intergrupais socialmente adaptativas.

Seguindo essa perspectiva funcional, o modelo do conteúdo de estereótipos (MCE, Fiske, Cuddy, Glick, & Xu, 2002) estabelece que em interações sociais os indivíduos fazem duas avaliações ao entrar em contato com um exogrupo. Primeiro, avaliam quais são as intenções (positivas ou negativas) de terceiros. Concomitantemente, avaliam qual a competência que eles têm para alcançar essas intenções. Esses julgamentos formam as duas dimensões do conteúdo de estereótipos: a amabilidade e a competência.

Esse sistema de organização em dimensões resulta de dois fenômenos evolutivamente comuns a todos os seres humanos: a necessidade básica de identificação de inimigos — percepção de amabilidade — e o fato de que existem diferenças de status e hierarquia na competição por recursos escassos — percepção de competência (Cuddy et al., 2009). A amabilidade como dimensão se refere à sinceridade, lealdade, moralidade, sociabilidade, comunidade e boas intenções. A competência se refere aos traços relacionados à capacidade, inteligência, assertividade e eficácia (Fiske, Cuddy, & Glick, 2007).

A combinação das dimensões forma quatro tipos mistos de estereótipos. Dois são nomeados ambivalentes porque resultam de uma avaliação positiva em uma dimensão e negativa na outra. Ou seja, o conteúdo é ambivalente quando uma pessoa ou grupo é avaliado como amável e incompetente ou, no outro extremo, hostil e competente. A maioria dos estereótipos são ambivalentes (Fiske, Cuddy, & Glick, 2007). Isso ocorre por um processo de compensação, no qual de um lado se faz uma avaliação negativa mas por outro uma avaliação positiva. Por exemplo, de modo geral, alemães e franceses são vistos como competentes e pouco amáveis, enquanto

que italianos e espanhóis são vistos como amáveis e pouco competentes (Cuddy et al., 2009).

Os estereótipos funcionam dessa forma por terem função que emerge de uma estrutura social (Caprariello, Cuddy, & Fiske, 2009). Segundo a lógica da estrutura social, grupos percebidos como competentes consequentemente são vistos como poderosos e com alto status, assim como os grupos percebidos como amáveis são vistos socialmente como cooperadores (Fiske, Cuddy, Glick, & Xu, 2002). Ridgeway e Berger (1986) justificam que esse fenômeno de generalização ocorre em parte por um processo de justificativa da estrutura social que legitima o poder e a subordinação.

Especificamente, o estereótipo feminino tradicional se enquadra no conteúdo ambivalente de amável/incompetente sendo nomeados de Paternalistas (Cuddy, Fiske, & Glick, 2007). Tipicamente eliciando subordinação, condescendência e levando a avaliações de impossibilidade de causar dano. A dinâmica ambivalente faz com que ocorra a justificativa da subordinação, devido à falta de competência e incentivo à submissão. No outro extremo do conteúdo ambivalente, quando os exogrupos se enquadram como hostis/competentes são chamados de Invejados, por serem vistos como competidores bem-sucedidos e apresentarem uma ameaça.

O conteúdo do estereótipo, juntamente com as explicações contextuais de estrutura social, torna os padrões de intenção de comportamento discriminatório mais previsíveis (Cuddy, Fiske, & Glick, 2004). Isso ocorre, segundo Cuddy, Fiske, e Glick (2007), porque os tipos de comportamentos discriminatórios são resultados da ambivalência de estereótipos. Desse modo, fica evidente que o tipo de estereótipo no qual um indivíduo se enquadra impacta diretamente na discriminação que ele ou ela poderá sofrer.

Usando o modelo de conteúdo de estereótipos e com foco na consequência que o estereotipização pode ter na oportunidade de participação feminina na economia, o objetivo do Estudo 1 desta dissertação foi testar se estereótipos ambivalentes de homens e mulheres (com ou sem filhos) têm relação com a empregabilidade desses grupos. Para isso foram comparadas as percepções de amabilidade e competência, além da intenção de contratar, promover e investir em treinamento de candidatos para prestação de um serviço. O estudo avaliou o grau de reprodutibilidade dos resultados originais de Cuddy, Fiske e Glick (2004), com a contribuição adicional de comparar os resultados entre participantes de gerações diferentes.

Considerando as limitações encontradas nos resultados do Estudo 1, que fez uso do autorrelato para acessar percepções de amabilidade e a competência, para o Estudo 2 foram construídos e apresentadas evidências de validade de dois Testes Breves de Associação Implícita – TBAIs (Sriram & Greenwald, 2009), que oferecem uma perspectiva diferente por ser uma técnica que acessa a ativação automática de estereótipos. Essa decisão foi tomada para reduzir duas limitações referentes à medidas que usam autorrelato: o fato de componentes mais inconscientes dos estereótipos não serem expressados (Fazio & Olson, 2003); e ainda, no fato do tema de pesquisa ser socialmente sensível, resultando em respostas provavelmente enviesadas para o que é socialmente desejável (Greenwald, Poehlman, Uhlmann, & Banaji, 2009).

No Estudo 2 foram desenvolvidos dois TBAIs (TBAI, Sriram & Greenwald, 2009), um de amabilidade e outro de competência, aplicados a dois subtipos femininos selecionados no estudo piloto. Além da variação na medida em relação ao Estudo 1, também foi variado o contexto que pode ser determinante para expressão de estereótipos (Jost & Kay, 2005). Para testar a validade divergente foi usada a escala

de percepção de amabilidade, competência, status e competitividade (PACSC, Fiske, Cuddy, Glick, & Xu, 2002). Para validade convergente utilizou-se o Teste de Associação Implícita de gênero (TAI, Nosek, Banaji, & Greenwald, 2002) e para validade preditiva do instrumento foi usado o Inventário de Sexismo Ambivalente (ISA, Ferreira, 2004).

Estudo I: Estereótipos ambivalentes de pais e mães: Um estudo sobre seus impactos na empregabilidade

O crescimento da participação feminina no mercado de trabalho passou a ser intenso e generalizado a partir dos anos 1970, mantendo-se contínuo por uma combinação de fatores econômicos, demográficos e culturais (Wajnman, Queiróz, & Liberato, 1998). Em decorrência dessa maior presença no mercado de trabalho, dos movimentos feministas e do aumento no nível de escolaridade, a identidade feminina teve grandes mudanças nas últimas décadas (Bruschini & Lombardi, 2011).

A porcentagem da população que efetivamente participa do mercado de trabalho, a População Economicamente Ativa (PEA), é um indicador produzido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Ele aponta que na década de 1970 a PEA feminina era em torno de 18,5% enquanto que a masculina era quase quatro vezes maior (71,8%). Até a década de 1970 a PEA feminina era constituída em sua maioria de mulheres jovens na faixa dos 20 aos 24 anos, solteiras e sem filhos. Em 2014, a PEA feminina passou a corresponder à 56,9% e a masculina à 79,2%, com padrões de escolaridade e idade semelhantes.

No entanto, os dados atuais do *Gender Gap Index* (2015) apontam que, apesar do nível de escolaridade feminino ter se igualado ao masculino, a participação feminina na economia e sua oportunidade de emprego no Brasil ainda estão distantes da igualdade. Comparado com outros países, o país está ranqueado na 85^o posição

entre os 145 países pesquisados. Um dos correlatos que explicam a baixa participação feminina na economia é a maternidade. A fecundidade e a participação da mulher no mercado são fenômenos com taxas inversas e observáveis em diversos países (Cunha & Vasconcelos, 2016). As análises das diferenças de gênero no desemprego brasileiro, considerando a quantidade de filhos por família, mostram que as taxas de desemprego e inatividade feminina crescem quando as mulheres viram mães. São ainda piores para as populações mais pobres, possivelmente por diferenças de escolaridade e de acesso às creches (Oliveira, Scorzafave, & Pazello, 2009). A maternidade se constitui, portanto, em mais uma dificuldade para mulheres transitarem pelos espaços públicos (Jonathan & Silva, 2007).

Ao se tornarem mães, as mulheres passam a ser socialmente percebidas como ainda mais amáveis, sinceras, leais, dotadas de boas intenções, enquadrando-se no estereótipo maternal (Cuddy, Fiske, & Glick, 2004). Pelo fato do estereótipo feminino ser ambivalente, ao aumentar o viés positivo da dimensão de Amabilidade, com a maternidade, também ocorre a redução do viés positivo na dimensão de Competência. Observando que a percepção de competência está diretamente relacionada com as intenções de contratação (Haefner, 1977), espera-se que indivíduos com estereótipo ambivalente hostil/competente apresentem maiores tendências de serem contratados se comparados com aqueles vistos como amável/incompetente. Essa dinâmica explica apenas parte do porquê a maternidade dificulta a inserção feminina no mundo do trabalho, outras discussões podem ser encontradas na literatura (Costa, Sorj, Bruschini, & Hirata, 2008; Oliveira, Scorzafave, & Pazello, 2009).

Fundamentada na persistente diferença da participação econômica entre homens e mulheres e transformações ocorridas nas últimas décadas, este estudo teve como objetivo de testar se os estereótipos ambivalentes de homens e mulheres (com

ou sem filhos) impactam nas intenções de contratação, promoção e investimento em treinamento, seguindo o delineamento de Cuddy, Fiske e Glick (2004) apesar de não ser uma replicação. Adicionalmente, foram comparados os participantes nascidos na geração da década de 1970 com aqueles nascidos na década 1990.

Método

Participantes

A amostra foi composta por um total de 135 participantes separados em duas gerações: 71 universitários (49,3% mulheres) com idade variando entre 18 e 30 anos ($M = 20,13$, $DP = 2,22$) e 64 pessoas (46,9% mulheres) que frequentam a universidade com idade entre 45 anos e 75 anos ($M = 56,52$, $DP = 7,07$). O recrutamento foi feito dentro de uma universidade, em salas de aula de cursos de graduação e cursos de línguas estrangeiras nos quais existe uma população mais velha do que a universitária.

Instrumentos

Seguindo um delineamento entre-sujeitos, para 35 participantes foi apresentado um cenário que descrevia uma mulher sem filhos, para 36 participantes uma mulher com filhos, para 29 participantes um homem sem filhos e para os 35 participantes restantes, um cenário com um homem com filhos.

O cenário transcrito abaixo era exatamente o mesmo, mudando apenas o nome do personagem (nome feminino Paula e masculino Paulo) e presença ou não de família (a frase “Paula e seu marido acabaram de ter seu primeiro filho” não aparece para metade dos personagens). Ver Apêndice A no qual constam todos os questionários.

“Paula é uma administradora de 32 anos, formada na Universidade de São Paulo (USP). Ela trabalha no ramo há 6 anos. Seu trabalho envolve identificar problemas, planejar e conduzir entrevistas, além de ajudar a realizar mudanças

nas empresas de seus clientes. Seus passatempos incluem nadar e jogar vôlei. Paula e seu marido acabaram de ter seu primeiro filho. Ela vai à empresa 2 vezes por semana e nos outros 3 dias, ela realiza o trabalho em casa, via internet”.

Após a leitura do cenário, foi pedido para que o participante respondesse em escala de intensidade com sete pontos (1-nem um pouco, a 7-extremamente) o quanto ele ou ela julgava que a pessoa descrita no cenário era bem definida, com itens segundo as dimensões de amabilidade e competência. Para a dimensão de amabilidade foram usadas as palavras: afetuosa, boa índole, confiável, sincera. Para dimensão de competência: capaz, eficiente, habilidosa, organizada. Os adjetivos determinada, ambiciosa, moderna, prática, desonesta, insensível não foram analisados mas também apareceram no questionário com o único objetivo de preenchê-lo da mesma forma que foi feito por Cuddy, Fiske e Glick (2004).

Em seguida, em uma escala de probabilidade (1 - pouco provável a 7 - extremamente provável) foi pedido a(o) participante para imaginar se: contrataria o(a) personagem do cenário; recomendaria o personagem à uma promoção no trabalho; e investiria para que ele ou ela obtivesse um treinamento para se aperfeiçoar. Por fim, foram feitas perguntas sobre dados sócio-demográficos.

Procedimentos

Os participantes foram selecionados por conveniência dentro de uma universidade. Foi pedido às pessoas que transitavam pelos corredores para responder ao questionário em uma sala de aula próxima. Para aqueles que aceitaram participar foi primeiramente apresentado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido e em seguida foram entregues, em papel, o questionário de pesquisa que continha apenas um dos quatro cenários. Os cenários variaram quanto ao sexo e paternidade ou

maternidade do personagem (ver Apêndice A).

Resultados

Utilizando toda a amostra, foi feita uma análise fatorial exploratória para se avaliar a validade de critério dos itens referentes às dimensões Amabilidade e Competência. A análise paralela (Horn, 1965) para dimensionalidade indicou a extração de dois fatores. Para a análise fatorial foi usado método de fatoração dos eixos principais e rotação oblíqua (*promax*). O KMO igual à 0,84 indicou a adequação da análise aos dados. Como se pode observar na Tabela 1, com quatro itens cada, o fator Amabilidade (explicando 43,12% da variância) e o fator Competência (explicando 10,37% da variância) apresentaram alfas de Cronbach maiores do que 0,80.

Tabela 1

Resultados da análise fatorial da escala de percepção de amabilidade e competência

	Fator Amabilidade	Fator Competência	Comunalidade
O quão esta pessoa é confiável?	0,86		0,77
O quão esta pessoa é afetuosa?	0,75		0,47
O quão esta pessoa tem boa índole?	0,62		0,45
O quão esta pessoa é sincera?	0,59		0,39
O quão esta pessoa é habilidosa?		0,84	0,57
O quão esta pessoa é eficiente?		0,78	0,64
O quão esta pessoa é organizada?		0,62	0,46
O quão esta pessoa é capaz?		0,61	0,51
Autovalores	3,71	1,33	
Autovalores Análise paralela	1,52	1,32	
% variância	43,12%	10,37%	
Alfa de Cronbach	0,80	0,82	

Seguindo similarmente os procedimentos do estudo de Cuddy, Fiske e Glick (2004), os itens com as intenções de contratar, promover e investir em treinamento foram agrupados no fator Empregabilidade apresentando um alfa de Cronbach igual à 0,85.

Foram identificados *outliers* que não foram retirados das análises por não alterarem os resultados das análises e por não serem sistemáticos ao longo das variáveis. A inspeção visual dos dados evidenciou a que relação entre as variáveis é linear. O teste Kolmogorov-Smirnov foi não significativo para as três variáveis (amabilidade, competência e empregabilidade) em praticamente todos os cenários. A distribuição das variáveis de empregabilidade e amabilidade de homens com filhos não foi próxima à normalidade, bem como a competência de homens sem filhos. O restante dos cenários apresentou distribuição suficientemente próxima à normalidade. O teste de Levene foi não significativo para todas as variáveis em todos os cenários, $ps > 0,08$.

Para testar diferenças na avaliação dos cenários quanto à percepção de amabilidade, competência e empregabilidade foram feitos testes t para medidas repetidas e não foram encontradas diferenças significativas em todas as comparações, $ps > 0,05$.

Para comparar se os cenários foram avaliados de forma diferente quanto à Competência e Amabilidade, foram feitos quatro testes t para amostras pareadas. Sistemáticamente os perfis foram avaliados como mais competentes do que amáveis. Mulher sem filho foi avaliada como mais competente ($M=5,38$, $DP=0,97$) do que amável ($M=4,29$, $DP=1,03$), $t(34) = 6,329$ $p < 0,001$, $r = 0,73$. Mulher com filho foi avaliada como mais competente ($M=5,39$, $DP=1,07$) do que amável ($M=5,12$ $DP=1,04$), $t(37) = 2,079$, $p < 0,045$, $r = 0,11$. Homem sem filhos foi avaliado como mais competente ($M=5,47$, $DP=0,82$) do que amável ($M=4,40$, $DP=0,90$), $t(29) = 6,589$ $p < 0,001$, $r = 0,77$. Homem com filhos foi avaliado como mais competente ($M=5,47$, $DP=1,08$) do que amável ($M=4,67$, $DP=1,21$), $t(33) = 4,155$, $p < 0,001$, $r = 0,59$.

Para comparar os fatores de Amabilidade e Competência foram feitas duas MANOVAs, uma para testar o efeito do sexo do personagem do cenário e outra para testar o efeito do personagem ter filhos ou não. Usando o traço de Pillai, foi encontrado um efeito não significativo nas comparações quanto ao sexo do personagem para os fatores de Amabilidade e Competência, $V = 0,14$, $F(2, 124) = 0,88$, $p = 0,41$, $\eta_p^2 = 0,014$. Encontrou-se um efeito principal significativo na comparação quanto ao fato do personagem ter filhos ou não, $V = 0,06$, $F(2, 124) = 3,74$, $p = 0,03$, $\eta_p^2 = 0,057$. Foram, então, realizadas ANOVAs univariadas para evidenciar os efeitos de ter filhos ou não nas percepções de amabilidade e competência. Foi encontrado um efeito não significativo no fator Competência, $F(1, 133) = 0,35$, $p = 0,94$, enquanto que no fator Amabilidade, os cenários com filho ($M = 4,90$, $DP = 1,11$, IC 95% [4,63; 5,17]) foram avaliados com escores mais altos ($M = 0,97$, $DP = 0,97$ IC 95% [4,64; 5,18]), $F(1, 133) = 9,423$, $p < 0,004$, $\omega^2 = 0,06$.

Especificamente, para comparar o efeito de ter ou não filho apenas para personagens do mesmo sexo nos fatores de Amabilidade e Competência, foram feitas outras duas MANOVAs. Usando o traço de Pillai, foi encontrado um efeito principal significativo na comparação quanto ao fato da mulher ter filho ou não, $V = 0,15$, $F(2, 63) = 5,40$, $p = 0,007$, $\eta_p^2 = 0,14$. As ANOVAs univariadas mostraram um efeito não significativo no fator Competência, $F(1, 68) = 0,07$, $p = 0,78$, enquanto que no fator Amabilidade, as mulheres com filho ($M = 5,15$, $DP = 1,06$, IC 95% [4,78; 5,52]) apresentaram escores mais altos ($M = 4,29$, $DP = 1,03$, IC 95% [3,93; 4,64]), $F(1, 68) = 11,834$, $p = 0,001$, $\omega^2 = 0,13$. Na comparação entre os homens, foi encontrado um efeito principal não significativo quanto ao fato de ter filho, $V = 0,02$, $F(2, 58) = 0,49$, $p = 0,61$, $\eta_p^2 = 0,016$.

As comparações entre cenários quanto as médias de Empregabilidade não

apresentaram resultados significativos, $ps < 0,05$, e esse fator apresentou correlação positiva com a Amabilidade, $r = 0,42$, $p < 0,01$, e com a Competência, $r = 0,57$, $p < 0,01$.

Considerando os resultados das correlações foram feitas 4 regressões separando a amostra por cenários para testar o poder preditivo das dimensões de amabilidade e competência sobre a empregabilidade. Coerentemente, as duas dimensões juntas se apresentaram como predictoras de empregabilidade em todos os cenários, como se pode observar na Tabela 2. A correlação entre os preditores foi $0,5 < r < 0,6$ não apresentando problemas de multicolinearidade.

Tabela 2

Resultado das quatro regressões múltiplas com as dimensões de Competência e Amabilidade como predictoras de empregabilidade

	Mulher sem filho			Mulher com filho			Homem sem filho			Homem com filhos		
	β	t	p	β	t	p	β	t	p	β	t	p
Amabilidade	0,36*	2,27	0,03	0,21	1,15	0,25	0,12	0,68	0,49	-0,07	-0,44	0,66
Competência	0,33*	2,10	0,04	0,46*	2,45	0,02	0,57	3,27*	0,01	0,58*	3,34	0,01
R ²	0,61*			0,64*			0,64*			0,55**		

* $p < 0,05$, ** $p < 0,001$, *** $p < 0,005$

Foram feitas ANOVAs para testar o efeito da geração do respondente na avaliação dos cenários. Analisando os perfis separadamente, foi encontrado um resultado significativo apenas na avaliação dos participantes quanto ao cenário de mulheres sem filhos, $F(1,34) = 7,059$, $p = 0,012$, $r = 0,17$, que para os mais jovens ($M = 5,01$, $DP = 0,96$) foi considerada mais empregável do que para os mais velhos ($M = 3,96$, $DP = 1,34$).

Para verificar o padrão de respostas de cada geração, foram feitas ANOVAS separando e comparando os cenários. Entre os participantes mais velhos, foi encontrado um efeito significativo na avaliação dos participantes mais velhos quanto

a Amabilidade, $F(3,63) = 4,624$, $p = 0,006$, $r = 0,19$, em que o cenário com mulher com filho ($M = 5,38$, $DP = 0,98$) foi avaliado como mais amável do que homem com filho ($M = 4,68$, $DP = 1,37$), do que homem sem filho ($M = 4,23$, $DP = 1,07$) e mulher sem filho ($M = 4,05$, $DP = 1,11$). Não houve efeito significativo quanto a Competência, $F(3,60) = 0,673$, $p = 0,572$, e quanto a Empregabilidade, $F(3,60) = 2,58$, $p = 0,062$. Os mais jovens não fizeram distinção quanto a Empregabilidade, $F(3,67) = 0,042$, $p = 0,998$, Amabilidade, $F(3,67) = 0,507$, $p = 0,679$, ou Competência, $F(3,67) = 0,603$, $p = 0,615$, dos cenários.

Discussão

O objetivo deste estudo foi testar se os estereótipos ambivalentes de homens e mulheres (com ou sem filhos) tem relação com as intenções de empregabilidade. Com a contribuição adicional de comparar as avaliações de participantes de gerações distintas. No estudo Cuddy, Fiske e Glick (2004) foi encontrado que quando mulheres se tornam mães sua competência e empregabilidade são reduzidas enquanto que a amabilidade é aumentada. Enquanto que os homens não apresentam essa dinâmica, permanecendo com os mesmos níveis de competência e empregabilidade e aumentando a amabilidade.

Os resultados deste Estudo 1 reproduziram parcialmente o que foi encontrado no estudo de Cuddy, Fiske e Glick (2004) no qual foi inspirado. A estrutura fatorial possibilitou testar as dimensões propostas pelo modelo de conteúdo de estereótipos e os participantes do sexo feminino e masculino não avaliaram os cenários de forma distinta. No entanto, todos os cenários foram avaliados como mais competentes do que amáveis. Esse resultado é explicado em parte por este estudo não ser uma replicação do estudo de Cuddy, Fiske e Glick (2004), apresentando perfil da amostra e

procedimentos apenas similares e impossibilitando uma comparação detalhada dos resultados.

Um segundo aspecto a ser observado é o contexto descrito nos cenários. Em todos têm-se a descrição de mulheres com perfil de “mulher de negócios” que em outras pesquisas foram avaliadas como menos amáveis (Rudman & Phelan, 2008). No âmbito do trabalho, a mulher passa a possuir um novo estereótipo que corresponde ao hostil/competente que é o estereótipo tradicionalmente associado aos espaços laborais (Phelan, Moss-Racusin, & Rudman, 2008). Esses resultados de pesquisa justificam o fato dos cenários femininos terem sido avaliados como mais competentes do que amáveis.

Contudo, ao se descrever a informação sobre a maternidade, as mulheres dos cenários apresentaram escores mais altos de amabilidade. Assim como foi observado no estudo de Heilman e Okimoto (2007) no qual informações de comunalidade de “mulheres de negócios” reduziram as percepções negativas sobre elas, neste estudo observa-se esse efeito pelo aumento da percepção positiva de amabilidade proveniente da informação de maternidade.

O efeito de transição no qual as mulheres se tornam mais amáveis e menos competentes ao ter filhos foi o resultado principal do estudo de Cuddy, Fiske e Glick (2004) que serviu para explicar a redução da empregabilidade feminina devido à maternidade. Nesta pesquisa foi encontrado o mesmo efeito apenas para dimensão de amabilidade, mas não para competência, implicando em conclusões diferentes do estudo no qual foi inspirada pois não se pode afirmar que houve um efeito de transição que impactaria na redução de empregabilidade.

A separação da amostra por geração evidenciou que a dimensão de Amabilidade tem efeito mais consistente nas gerações mais velhas, indicando que

essa geração avalia os cenários de personagens com filhos como mais amáveis. Na geração mais nova o mesmo efeito não foi encontrado. Essas diferenças corroboram com os argumentos sobre a necessidade de coletar dados com amostras diferentes da universitária (Jones, 2010). Recomenda-se que estudos futuros investiguem a natureza dessa diferença bem como os processos que fazem com que o efeito ocorra.

Um aumento de amabilidade sem a consequente redução na competência não reduziria as chances de empregabilidade. Pelo contrário, a correlação entre empregabilidade e amabilidade foi alta e positiva, bem como a correlação entre empregabilidade e competência. Isto indicou que as duas dimensões do estereótipo, quando positivos, são bons preditores de empregabilidade, o que foi confirmado pelos resultados das regressões feitas para cada cenário.

Logo, as mães, mais do que os outros grupos deste estudo, seriam mais empregáveis por serem percebidas como mais amáveis do que os outros grupos deste estudo. No entanto, não é isso que a realidade dos dados estatísticos da participação feminina na economia apontam (Cunha & Vasconcelos, 2016). Provavelmente o conjunto de resultados desta pesquisa sofre os vieses do que a literatura de psicologia social chama de desejabilidade social ou vieses amostrais.

A desejabilidade social é um fenômeno recorrente em estudos que fazem uso de medidas de autorrelato, há uma tendência de gerenciamento de impressão distorcendo as respostas para uma direção mais favorável, para apresentação de traços e comportamentos socialmente desejáveis (Furnham, 1986). Essa tendência enviesada reposta de temas socialmente sensíveis como os estereótipos. Além disso, medidas de autorrelato são sensíveis a outras estratégias de resposta, como a tendência para selecionar valores extremos nas escalas (Schwarz, 1999). Os resultados deste estudo podem ter sido efeito de uma série de outras limitações metodológicas pois o uso de

cenários descrevendo personagens não necessariamente padroniza o estereótipo que se pretende instaurar (Nisbett & Wilson, 1977).

Uma alternativa para o uso de medidas de autorrelato que têm reduzido essas e outras distorções é o uso de medidas que acessam a automaticidade com que se associa diferentes palavras (Nosek, Hawkins, & Frazier, 2011). Considerando que o conteúdo de estereótipos possuem tanto expressões controladas quanto expressões automáticas (White & Gardner, 2009) cabe a utilização de uma medida indireta para acessar esses conteúdos.

Estudo 2: Desenvolvimento de dois Testes breves de associação implícita usando o Modelo de Conteúdo de Estereótipos

Preconceitos e estereótipos de gênero são compreendidos pela cognição social como conceitos cognitivamente implícitos (Greenwald & Banaji, 1995), que ocorrem fora da consciência e são automaticamente ativados quando expostos a um alvo. Dessa forma, pode levar a respostas preconceituosas até mesmo de indivíduos igualitários que normalmente controlariam seus preconceitos (Devine, 1989).

Uma variedade de fatores limitantes das medidas explícitas fazem com que os pesquisadores recorram às medidas indiretas para acessar esses conteúdos que estão fora da consciência. Alguns exemplos das limitações de medidas explícitas são: a motivação do participante em reportar seu conteúdo mental; a oportunidade de fazer um relato que pode ser constrangido pelas circunstâncias; a habilidade do indivíduo em reportar os conteúdos mentais ou; a própria percepção do sujeito quanto à consciência de seu conteúdo mental (Nosek, Hawkins, & Frazier, 2011).

Além dessas limitações, existem particularidades sobre estereótipos que só podem ser acessadas com medidas indiretas. Isso ocorre porque estereótipos são, de forma geral, suscetíveis às estratégias de gerenciamento de impressão, resultando em

distorções quando mensurados por medidas de autorrelato (Fazio & Olson, 2003). Nesses casos, medidas indiretas com objetivo de avaliar constructos implícitos tendem a prever melhor o comportamento (Greenwald, Poehlman, Uhlmann, & Banaji, 2009).

Para acessar esse componente automático de atitudes e estereótipos existem atualmente ao menos 20 estratégias de medida indireta (Nosek, Hawkins, & Frazier, 2011). Especificamente, medindo indiretamente o conteúdo dos estereótipos usando o Modelo de Conteúdo de Estereótipos, Wade e Brewer (2006) testaram o grau com que as dimensões de amabilidade e competência são automaticamente relacionadas a dois subtipos femininos utilizando um teste de decisão lexical (Wittenbrink, Judd, & Park, 1997). Os resultados apontaram que as avaliações aplicadas automaticamente aos subtipos femininos não correspondem ao conteúdo misto de estereótipos. Ou seja, os dois subtipos não se diferenciaram quanto a amabilidade e competência e sim quanto à uma avaliação geral mais positiva ou negativa sobre os tipos e com variações de acordo com sexo do participante.

Usando uma medida bastante distinta para acessar o conteúdo automático de estereótipos, Carlsson e Björklund (2010) usaram dois Testes de Associação Implícita (TAI, Greenwald, McGhee, & Schwartz, 1998). Os autores testaram o MCE ao comparar professoras da pré-escola e advogadas. Identificou-se que advogadas são implicitamente estereotipadas como mais competentes e frias em comparação com professoras da pré-escola.

Os resultados dessas duas pesquisas são coerentes com a literatura que aponta o TAI como mais sensível para acessar a pertença à grupos (De Houwer, 2001). Em comparação com outros testes, o TAI é o que apresenta maior qualidade psicométrica e potencial de generalização (Greenwald, Nosek, & Banaji, 2003). Em outras

pesquisas que não utilizaram como base o MCE, o TAI tem sido amplamente utilizado para acessar estereótipo automatizados sobre gênero (e.g., Nosek, Banaji, & Greenwald, 2002; Rudman & Kilianski, 2000).

O TAI indica a automaticidade de uma atitude ou crença acessada pela força de associação entre quatro categorias: duas alvo e duas atributo. A tarefa é feita em computador e é pedido para que o participante pressione uma tecla o mais rápido possível identificando a qual categoria o estímulo pertence. Infere-se que quanto menor a quantidade de erros e menor tempo de latência para o pareamento entre dois estímulos, maior a força de associação entre eles (Greenwald, Nosek, & Banaji, 2003).

Seguindo os mesmos pressupostos do TAI, o Teste Breve de Associação Implícita (TBAI, Sriram & Greenwald, 2009) é uma versão que exige menos tempo para execução da tarefa do que o TAI. Enquanto que o TBAI demanda um total de 80 respostas o TAI demanda por volta de 180. Além de instruções mais simples e um delineamento que tende a reduzir variâncias relacionadas às estratégias dos participantes (Sriram & Greenwald, 2009), no TBAI o participante se foca em apenas duas categorias ao invés das quatro do TAI. A tarefa consiste em se focar em duas categorias pressionando determinada tecla ao vê-las e descartar as outras duas categorias não-focais, pressionando outra tecla ao vê-las na tela do computador.

O TBAI é considerado uma variação do TAI que preserva suas propriedades psicométricas, alcançando níveis satisfatórios de fidedignidade e validade com reduzido número de tentativas (Schnabel, Asendorpf, & Greenwald, 2008). Dessa mesma forma, um TBAI construído para testar o conteúdo misto de estereótipos deverá apresentar robustez similar aos TAIs de estereótipos existentes na literatura.

Considerando as limitações das medidas de autorrelato usadas no Estudo 1 desta dissertação para acessar o conteúdo misto de estereótipos, o objetivo deste Estudo 2 foi construir e apresentar evidências de validade de duas medidas indiretas: um TBAI de competência e outro TBAI de amabilidade. Ambos aplicados à dois subtipos femininos que foram previamente mapeados em um estudo piloto.

Para testar a validade dos TBAs foram utilizadas três medidas. Primeiramente, para testar a validade convergente com uma medida indireta de atitudes foi usado o TAI de gênero/carreira (Nosek, Banaji, & Greenwald, 2002). O conteúdo de estereótipos são crenças automatizadas sobre grupos da mesma forma que as atitudes medidas no TAI gênero/carreira, logo supõe-se que devem estar correlacionados dando suporte à validade convergente, como já foi observado em estudos anteriores (Rudman, & Kilianski, 2000). Um resultado do TAI gênero/carreira que aponte para uma associação mais forte no padrão tradicional deverá convergir com padrões mais tradicionais que resultarem dos TBAs.

Em segundo lugar, para validade convergente com uma medida de autorrelato foi usada a escala de percepção de amabilidade, competência, status e competitividade - PACSC (Fiske, Cuddy, Glick, & Xu, 2002). Estudos tem mostrado uma baixa correlação entre medidas indiretas e diretas (Dovidio, Kawakami, & Beach, 2001), mas juntas elas possuem um poder explicativo comportamental maior (Gawronski, Ehrenberg, Banse, Zukova, & Klauer, 2003).

Teoricamente, essa baixa correlação se deve ao fato das duas medidas verdadeiramente acessarem aspectos cognitivamente distintos (Nosek, Hawkins, & Frazier, 2011). Isso ocorreria porquê as medidas indiretas não apresentam os vieses do autorrelato alcançando estruturas automaticamente associadas do mesmo constructo (Hofmann, Gawronski, Gschwendner, & Schmitt, 2005). A escala PACSC

busca similaridade entre o que é acessado pelos TBAs o que teoricamente aumentará a chance das variáveis apresentarem correlação positiva. Isso é feito perguntando aos participantes qual a percepção que eles têm da amabilidade e competência dos subtipos femininos. Por isso, espera-se que essa medida apresente evidências de validade convergente com os TBAs.

Em terceiro lugar, a validade preditiva dos TBAs foi testada usando uma medida de autorrelato de atitudes sexistas: o Inventário de Sexismo Ambivalente - ISA (Ferreira, 2004). Esse inventário foi construído para acessar as atitudes sexistas segundo a Teoria do Sexismo Ambivalente (Glick & Fisk, 1996; 2001). Segundo o MCE, o conteúdo ambivalente de estereótipos femininos se expressa em atitudes sexistas aos moldes do Sexismo Ambivalente (Fiske, Cuddy, & Glick, 2007). Coerentemente, o ISA tem apresentado correlações moderadas e positivas com TAI de gênero/carreira (Rudman & Kilianski, 2000).

Dentro de uma compreensão do sexismo como resultado de prescrições e descrições acerca do papel feminino na sociedade (Glick & Fiske, 1999), a literatura sobre esse tema tem apontado dois fatores que descrevem o fenômeno: sexismo hostil e o sexismo benevolente. A teoria do Sexismo Ambivalente sugere que tanto as atitudes negativas quanto positivas são formas de expressar uma mesma percepção de incompetência e/ou inferioridade feminina (Glick & Fiske, 1996, 2001). Enquanto outros processos relacionados a estereótipos são caracterizados primariamente por experiências hostis contra a minoria em questão. No caso da inequidade de gênero, surge um contraponto não hostil, mas ainda preconceituoso e de ideologia sexista denominado por Glick e Fisk (1996) de sexismo benevolente.

O Modelo do Conteúdo de Estereótipos aponta que o estereótipo feminino tradicional possui o conteúdo ambivalente de amabilidade/incompetência (Fiske,

Cuddy, Glick, & Xu, 2002). Esse conteúdo é chamado de Paternalista e enquadra todos aqueles que apresentarem essa ambivalência em um perfil digno de compaixão e simpatia ao mesmo tempo visto como submisso (e.g., idosos). O sexismo benevolente é direcionado à essas mulheres, reforçando seus comportamentos tradicionais de docilidade e submissão.

Em contraste, estereótipos de mulheres não tradicionais apresentam um conteúdo misto de hostilidade/competência (Fiske, Cuddy, Glick, & Xu, 2002). Esse conteúdo ambivalente é chamado de Invejoso e enquadra aqueles grupos que são vistos como competidores, ambiciosos, trabalhadores e não sociáveis (e.g., asiáticos). O sexismo hostil é direcionado à essas mulheres que recebem punições por não corresponder ao que é tradicionalmente prescrito.

A construção de medidas indiretas de estereótipos aumenta a compreensão dos processos que permeiam esse constructo (Greenwald, McGhee, & Schwartz, 1998). Ao testar a validade dos TBAIs das três formas apresentadas se tem uma maior acurácia para apontar quando a medida indireta se relaciona com medidas de autorrelato, bem como o seu poder preditivo de atitudes sexistas.

Estudo piloto

Para construção dos dois TBAIs foi conduzido um estudo piloto no qual foram mapeados os subtipos femininos presentes na cultura brasileira. Os subtipos selecionados foram usados como categorias em forma de imagens nos dois TBAIs. Já na escala PACSC, os subtipos foram nomeados para que fossem avaliados quanto à amabilidade, quanto à competência e, seguindo a hipótese de estrutura social, quanto à competitividade e ao status.

O uso de subtipos femininos como uma categoria do grupo superordenado “mulher” permite uma melhor compreensão da variabilidade dos estereótipos

especificamente femininos (Eagly & Steffen, 1984), fundamentado no fato de que as categorizações sociais são estruturas hierárquicas, com subtipos dentro de grupos superordenados. Os subtipos fornecem uma informação mais detalhada do grupo, permitindo uma representação mais complexa das categorias sociais (Richards & Hewstone, 2001).

Existem subtipos femininos que não se encaixam no padrão tradicional (Eckes, 2002) como, por exemplo, a mulher profissional e a atleta (Devine & Baker, 1991). Essa diferenciação também tem ocorrido em associações automáticas de seus conteúdos mistos de estereótipo (Carlsson & Björklund, 2010) e por fornecer informações mais precisas sobre a categoria social feminina possibilita comparações entre os tipos de atitude sexista que elas poderão receber ou apresentar.

Método

Participantes

Dentre o total de 50 participantes, 41 foram selecionados por conveniência em um *shopping-center* e 9 são estudantes universitários (29 mulheres, 22 homens; média de idade 32,54 anos, $DP = 14,04$).

Instrumento

Todos os participantes responderam ao mesmo questionário com a pergunta aberta transcrita abaixo:

“A sociedade categoriza as pessoas de diversas formas. Por exemplo, as pessoas costumam julgar que os americanos são ricos, os japoneses inteligentes, os ingleses pontuais e os alemães frios. O nosso foco, entretanto, está nos estereótipos em relação às mulheres. Pensando nisso quais as várias categorias de mulheres que você identifica socialmente? Por favor, preencha no espaço abaixo com pelo menos 8 exemplos. Suas

repostas são estritamente confidenciais e serão usadas apenas para fins de pesquisa.”

Procedimentos

Os participantes foram selecionados por conveniência dentro de uma universidade e em um *shopping-center*. Foi pedido às pessoas para responder ao questionário e para aqueles que aceitaram participar foi primeiramente apresentado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido e em seguida foram entregues, em papel, o questionário de pesquisa que continha apenas uma pergunta sobre os estereótipos identificados socialmente.

Resultados e Discussão

A maioria dos participantes ($N=28$) completaram o questionário com ao menos seis palavras e em vários casos designaram xingamentos, qualidades e defeitos femininos que não podem ser classificados como subgrupos femininos (p. ex., cobra e misteriosa). De um total de 440 palavras descritas, apenas 155 designaram 26 subtipos femininos e outras 18 profissões femininas. Os subtipos mais frequentemente listados foram os seguintes: donas de casa (9,93%), mulher bonita (9,93%), mãe de família (9,27%), trabalhadoras (9,27%), guerreira (5,96%), vaidosas (5,96%), fofoqueira (5,3%), puritana (5,3%), estudante (5,3%), piriguete (4,63%), submissa (3,97%), rica (3,97%), mulher macho (2,64%), lésbica (2,64%), feministas (2,64%), independente (2,64%), barraqueiras (2,64%), romântica (2%), gorda (1,93%) e o restante, novinha, *nerd*, loira burra, mulata, mulher para casar, branquinha, provocadora, sexy e a autoritária com menos que 1,3% cada.

A profissão de doméstica foi mencionada quatro vezes e as profissões de empresária e professora duas vezes, enquanto que enfermeira, cozinheira, presidenta, artista, empresária, modelo, secretária, empreendedora e fanqueira foram

mencionadas apenas uma vez cada.

A variabilidade de subgrupos e características femininas encontrada na amostra corresponde em parte aos descritos em outros estudos (Eckes, 1994; Fiske, Cuddy, Glick, & Xu, 2002). Em um estudo norte americano foram encontrados os seguintes subgrupos: mulher burguesa, mulher de carreira, *chick*, tipo confiante, feminista, *hippie*, dona de casa, intelectual, tipo ingênua, punk, secretária, dama da sociedade, na moda e mulher típica (Eckes, 1994).

No artigo que propôs o Modelo de Conteúdo de Estereótipos, devido ao fato de alguns subtipos serem sistematicamente identificados na literatura, Fiske et al. (2002) incluíram *housewives*, *career women*, *feminists* e *sex objects* na análise de *clusters* feita para testar a hipótese do conteúdo misto do estereótipo. Os subtipos *housewives* e *feminists* apresentaram um conteúdo misto e ambivalente com padrões opostos. Enquanto que o subtipo de *sexy women* foi avaliado como pouco competente e amável, apesar do esperado ser que esse subgrupo recebesse a avaliação de incompetente e amável.

Apesar de não ter relatado nos resultados, Fiske et al. (2002) afirmam que o subtipo de *career women* seria avaliado com baixa amabilidade. Os resultados da etapa piloto junto com as nomenclaturas traduzidas de subtipos identificados sistematicamente na literatura (Fiske, Cuddy, Glick, & Xu, 2002; Ferreira, 2012) justificam o uso dos subtipos femininos de Donas de casa e Empresárias como categorias. Tem-se evidências de que esses subtipos correspondem a padrões opostos de estereótipo, sendo um tradicional, com alta amabilidade e baixa competência e o outro não tradicional, com baixa amabilidade e alta competência.

Estudo 2

Após o estudo piloto, foi viabilizada a construção dos TBAs, um de

competência e outro de amabilidade. Assim como a testagem dessas medidas em sua validade convergente usando a escala PACSC (Fiske, Cuddy, Glick, & Xu, 2002) que é uma medida de autorrelato cujas perguntas buscam acessar a percepção do participante quanto à competência e amabilidade de donas de casa e empresárias.

A validade convergente foi testada usando o TAI de gênero/carreira (Nosek, Banaji, & Greenwald, 2002) pois ele mede as tendências automáticas de diferenciação de gênero que os participantes possuem ao medir a rapidez com que associam homem/carreira e mulher/família. A validade preditiva foi testada usando o ISA (Ferreira, 2004) pois essa medida tem relação teórica e empírica com os conteúdos de estenótipos descritos pelo MCE.

Método

Participantes

Participaram da pesquisa 156 pessoas das quais 7 não responderam à mais da metade do questionário e por isso foram excluídos das análises. Restaram 149 participantes, dos quais 80 são mulheres e 69 homens com média de idade igual a 20,73 anos ($DP = 3,48$). Os participantes foram selecionados por conveniência dentro da universidade.

Instrumentos

O TBAI demanda que os participantes façam inicialmente um bloco com 16 tentativas e outros quatro blocos de 20 tentativas cada (Sriram & Greenwald, 2009). São usadas quatro categorias e dentro de cada bloco cada item é ligado a uma de duas repostas. Os participantes devem focar em apenas duas das quatro categorias. Os itens dessas duas categorias em foco devem eliciar uma resposta, enquanto que a presença das outras duas categorias não-focais deve eliciar uma resposta distinta. Nos dois blocos, o atributo em foco se mantém fixo, e os dois conceitos contrastantes se tornam

foco em outros blocos. O intervalo entre a resposta correta em um julgamento e a apresentação do próximo estímulo foi de 400 milissegundos. Erros de resposta foram sinalizados e desapareceram após a resposta correta ter sido emitida.

No TBAI de amabilidade as categorias são os subtipos femininos dona de casa e empresária cuja variabilidade de estímulos foi feita usando imagens em preto e branco de mulheres caracterizadas como donas de casa ou empresárias (ver Apêndice B), baseado em Rudman e Kilianski (2000). Os estímulos positivos e negativos do atributo amabilidade constam no Apêndice C e se referem a sinônimos de amabilidade e hostilidade. No TBAI de competência foram usadas as mesmas imagens para categorias, mas nesse caso, os estímulos correspondem às palavras referentes à competência e incompetência (ver Apêndice D).

O TAI de gênero/carreira foi traduzido do estudo de Nosek, Banaji e Greenwald (2002) no qual os participantes associaram carreira e família a homens e mulheres (ver lista de estímulos no Apêndice E). Para o uso da medida foi feita uma análise de consistência interna que resultou em um $\alpha = 0,64$, na literatura o alfa de Cronbach encontrado para mesma medida foi de 0,63 (Nosek et al, 2007). Os respondentes apresentam um escore D indicando uma preferência pelas combinações mulher/família e homem/carreira, $D = 0,24$, abaixo do valor encontrado no estudo de Nosek, Banaji e Greenwald (2002) no qual, $D = 0,75$.

A escala de percepção de amabilidade, competência, status e competitividade - PACSC (Fiske, Cuddy, Glick, & Xu, 2002) (ver Apêndice F) foi respondida em uma escala de intensidade. Para verificar as evidências de validade e confiabilidade da escala aplicada aos dois subtipos femininos foram realizadas duas análises fatoriais exploratórias. Usou-se análise paralela (Horn, 1965) para dimensionalidade de fatores e cálculo da fidedignidade por meio do alfa de Cronbach, assim como análises de

replicabilidade (Osborne & Fitzpatrick, 2012) que evidenciam a capacidade de generalização dos fatores e identificação de itens problemáticos.

Empresárias. Inicialmente a análise paralela determinou a extração de cinco fatores. Após a análise de replicabilidade foram retirados nove itens e refeita a análise fatorial com todos os participantes. A análise paralela passou então a apontar uma solução bifatorial. Finalmente, a análise fatorial, usando o método de fatoraçoão dos eixos principais com rotação oblíqua, resultou em um KMO = 0,85, com um fator explicando 32,17% da variância, 22,62% da variância com dois fatores. O fator 1 de Competência com sete itens obteve um índice de fidedignidade $\alpha = 0,90$, o fator 2 de Amabilidade com cinco itens $\alpha = 0,88$, as cargas fatoriais podem ser observadas no Apêndice G.

Donas de casa. Inicialmente a análise paralela determinou a extração de quatro fatores que após a análise de replicabilidade foi reduzida para três fatores. Foram identificados problemas em apenas dois itens que foram retirados. A análise fatorial foi refeita usando o método de fatoraçoão dos eixos principais com rotação oblíqua e resultou em um KMO = 0,79, com um fator explicando 20,31% da variância, com dois fatores 33,75% da variância, com três fatores 46,39% da variância e com quatro fatores 53,88% da variância. O fator 1 de Amabilidade com sete itens obteve um índice de fidedignidade $\alpha = 0,89$, o fator 2 de Competência com quatro itens e $\alpha = 0,83$, o fator 3 agrupou palavras referentes ao antônimo de competente com três itens e $\alpha = 0,89$, o fator 4 de competitividade e status com cinco itens e $\alpha = 0,65$. As cargas fatoriais podem ser observadas no Apêndice H.

O Inventário de Sexismo Ambivalente foi respondido usando uma escala de concordância. Para confirmar as evidências de validade e confiabilidade do inventário de sexismo ambivalente foi realizada uma análise fatorial exploratória com fatoraçoão

dos eixos principais com rotação oblíqua. A análise paralela determinou a extração de dois fatores indo ao encontro de resultados anteriores com amostras nacionais e internacionais (Ferreira, 2004; Formiga, 2011; Glick et al., 2000). O KMO de 0,88 indicou a adequação da análise aos dados. Com 22 itens explicando 38,25% da variância com um fator e 47,05% da variância com dois fatores. O fator 1 de Sexismo Hostil apresentou fidedignidade $\alpha = 0,85$ e o fator 2 de Seximo Benevolente com $\alpha = 0,91$. As cargas fatoriais são apresentadas Apêndice I.

Procedimentos

A coleta de dados foi realizada em uma sala com 17 computadores utilizando o software *Inquisit* versão 4.0. Os participantes sempre responderam aos três testes de associação implícita primeiro, depois as duas escalas PACSC e o ISA por último. A ordem de apresentação dos três testes de associação implícita e as escalas PACSC foram randomizadas entre si.

Resultados

A estrutura fatorial da escala PACSC não permitiu comparações quanto as avaliações de competitividade e status que apresentaram complexidade e inconsistência entre itens. A inspeção gráfica das variáveis demonstrou uma relação linear entre as variáveis e aparente normalidade. Apenas as medidas de autorrelato de competência, tanto para donas de casa quanto empresárias apresentaram uma curtose acentuada, as demais medidas se distribuíram aproximadamente normal.

Nas comparações quanto a Amabilidade, donas de casa foram avaliadas com uma média maior ($M = 3,84$, $DP = 0,66$) do que as empresárias ($M = 3,82$, $DP = 0,59$), $t(142) = 6,53$, $p < 0,001$, $r = 0,48$, enquanto que no fator Competência os resultados não foram significativos, $t(145) = -0,815$, $p = 0,427$, $r = 0,067$. Os fatores

de Competência apresentaram correlação entre subtipos femininos, $r = 0,18$, $p = 0,026$, assim como os fatores de Amabilidade, $r = 0,44$, $p < 0,001$.

Nas comparações intra subtipos, donas de casa foram avaliadas como mais Competentes ($M = 3,99$, $DP = 0,70$) do que Amáveis ($M = 3,83$, $DP = 0,58$), $t(142) = 2,53$, $p = 0,013$, $r = 0,21$, assim como as empresárias foram avaliadas como mais Competentes ($M = 4,05$, $DP = 0,58$) do que Amáveis ($M = 3,46$, $DP = 0,66$), $t(148) = 10,804$, $p < 0,001$, $r = 0,66$.

Comparando os escores do ISA, não houve diferenças de médias nas comparações entre participantes de sexos diferentes, $ps > 0,06$. A correlação entre o sexismo benevolente e o hostil foi positiva, $r = 0,64$, $p < 0,001$.

Os TBAIs foram avaliados quanto a consistência interna entre blocos (TBAI de competência, $\alpha = 0,35$, TBAI de amabilidade, $\alpha = 0,46$) e quanto a capacidade de seus estímulos para representar determinada categoria. As duas ANOVAs feitas para comparar os tempos médios de latência da categoria de estímulos com fotos de donas de casa e empresarias não resultou em diferenças significativas, $ps > 0,05$.

Os estímulos da categoria amável apresentaram diferenças significativas entre si, $F(3, 3036) = 7,48$, $p < 0,001$, $\omega^2 = 0,006$, o teste post-hoc mostrou que a palavra “tolerante” apresentou um tempo de latência maior. Na categoria hostil, não houve diferenças significativas, $ps > 0,05$. Na comparação entre estímulos da categoria competente, houve diferenças significativas, $F(3, 3065) = 13,645$, $p < 0,001$, $\omega^2 = 0,012$. Nesse caso, o teste post-hoc mostrou que os estímulos “inteligente” e “confiante” têm médias similares, assim como “competitiva” e “independente”, mas todos os outros estímulos são diferentes entre si. A categoria de incompetência também apresentou resultado significativo, $F(3, 3064) = 9,092$, $p < 0,001$, $\omega^2 = 0,008$,

o teste post-hoc mostrou que a palavra “cooperadora” tem um tempo de latência maior.

O TBAI de competência resultou em uma associação mais forte pela combinação empresária/competente, assim como pela combinação dona de casa /incompetente, $D = 0,23$. O mesmo padrão tradicional ocorreu no TBAI de amabilidade que resultou em uma associação mais forte pela combinação empresária/hostil, assim como dona de casa/amável, $D = -0,13$.

Não houve diferenças de médias quando comparados os escores de participantes do sexo masculino e feminino em nenhum dos três testes de associação implícita: TAI de gênero/carreira, $t(124) = 0,219$, $p = 0,64$, $r = 0,019$, TBAI competência, $t(124) = 0,042$, $p = 0,838$, TBAI amabilidade, $t(124) = 1,727$, $p = 0,191$, $r = 0,15$.

As correlações entre os TBAsI apresentaram resultados significativos apenas entre o de competência e o TAI de gênero/carreira, $r = -.146$, $p < 0,05$, como consta na Tabela 3.

Tabela 3

Correlações entre os TBAsI, TAI e fatores da escala PACSC

	TBAI de amabilidade		TBAI de competência	
	<i>r</i>	<i>p</i>	<i>r</i>	<i>p</i>
TBAI de amabilidade	1	-	0,020	0,408
TBAI de competência	0,020	0,408	1	-
Competência de donas de casa	0,097	0,121	-0,024	0,388
Amabilidade de Donas de casa	0,006	0,473	-0,007	0,465
Competência de Empresárias	0,102	0,105	-0,071	0,194
Amabilidade de empresárias	0,012	0,444	0,041	0,314
TAI	0,016	0,423	-0,146*	0,038*

* Correlação significativa (unicaudal) $p < 0,05$

Foram testados seis modelos de regressão usando ora sexismo hostil e ora sexismo benevolente como variáveis critério. O pressuposto de multicolinearidade

não foi quebrado e a inspeção visual deixou clara a relação linear entre as variáveis.

No entanto, os resultados não foram significativos, como se pode observar na Tabela 4.

Tabela 4

Parâmetros dos seis modelos de regressão múltipla nos quais foi usando tanto as escalas PACSC quanto os TBAs para prever ora o Sexismo hostil ora o Sexismo benevolente.

		<i>Hostil</i>			<i>Benevolente</i>		
		β	t	R^2	β	t	R^2
PACSC	Amabilidade	-0,12	-1,26	0,011	-0,07	-0,77	0,006
Empresárias	Competência	0,03	0,35		-0,07	-0,76	
PACSC	Amabilidade	-0,01	-1,91	0,03	-0,16	-1,91	0,03
Donas de casa	Competência	0,17	-0,25		0,02	-0,25	
TBAIs	Competência	-0,05	-0,66	0,003	-0,04	-0,47	0,074
	Amabilidade	0,001	0,01		0,06	0,73	

* $p > 0,05$ para todos os preditores e R^2 .

Discussão

O objetivo deste estudo foi construir e apresentar evidências de validade de dois TBAs usando um TAI de gênero/carreira (Nosek, Banaji, & Greenwald, 2002) e a escala PACSC (Fiske et al, 2002) para validade convergente. O ISA (Ferreira, 2004) foi usado para testar a validade preditiva. Primeiramente foram verificadas as relações entre os fatores de competência e amabilidade. O estereótipo de empresárias apresentou maior competência do que amabilidade, de acordo com o esperado para subtipos femininos que assumem posições de liderança (Eagly & Karau, 2002). No caso das donas de casa, era esperado que elas apresentassem maior amabilidade do que competência, assim como as *housewives* americanas (Fiske et al, 2002). No entanto, o resultado do conteúdo encontrado foi igual ao de empresárias.

Não se pode afirmar que o conteúdo do estereótipo de nenhum dos subtipos é de fato misto como seria esperado de acordo com Fiske et al (2002). As duas categorias não apareceram opostas nas avaliações e sim positivamente

correlacionadas. Esse fenômeno, no qual as mulheres são sempre avaliadas de forma positiva, foi mapeado a primeira vez por Eagly e Mladinic (1989), seguindo o que Glick e Fiske (1996) apontariam posteriormente como sexismo benevolente. O fato das mulheres receberem somente avaliações positivas corrobora para perpetuar sua própria subordinação em um sistema de justificação (Jost & Banaji, 1994).

Na comparação entre os subtipos, empresárias apresentaram menor amabilidade do que as donas de casa, como esperado (Eagly & Karau, 2002). Esse fenômeno é explicado pelo fato de que mulheres que trabalham fora de casa tendem a ser percebidas com estereótipos mais próximos aos masculinos (Diekman & Eagly, 2000) que apresentam menor amabilidade e maior competência.

O fator Competência não gerou resultados significativos na comparação de médias entre subtipos e, considerando a correlação positiva entre as avaliações de Competência e Amabilidade, fica evidente que os subtipos femininos são avaliados de forma semelhante pelos participantes. Esse resultado na avaliação corrobora evidências de que a Competência não é um fator que distingue tão bem os subtipos quanto a Amabilidade (Kervyn, Fiske, & Yzerbyt, 2015).

As comparações entre as médias dos escores de competência medidos pela escala PASCs e o TBAI de competência confirmaram a tendência de donas de casa e empresárias não se distinguirem nesse quesito com medidas de autorrelato. Enquanto que, com uma média significativamente mais alta, o TBAI evidenciou uma associação mais forte pela combinação empresária/competente, assim como dona de casa/incompetente. A comparação entre as médias dos escores de amabilidade mostrou que donas de casa são avaliadas como mais amáveis e TBAI de amabilidade resultou em uma associação mais forte na combinação empresária/hostil e dona de casa /amável, seguindo a tendência de tradicionalidade.

As médias dos escores *D* dos testes de associação apresentaram uma tendência à avaliações mais tradicionais sugerindo que haveria uma convergência entre eles. Mas o resultados das correlações não evidenciaram isso. Não há como afirmar que o conteúdo misto de estereótipos ocorre automaticamente sem a relação entre os dois TBAIs. A principal limitação deste delineamento se constitui no fato de não haver como construir uma medida inserido os dois subtipos, a competência e amabilidade. Ou o sujeito avalia a pertença dos subtipos à competência ou quanto à amabilidade, não há como inserir uma avaliação para os dois ao mesmo tempo (Carlsson & Björklund, 2010).

O TBAI de competência apresentou correlação negativa com o TAI indicando que aqueles que associaram de forma tradicional em um fizeram o oposto no outro. Esse resultado é inconclusivo pela inviabilidade de comparar as medidas de forma inequívoca. Portanto, não foi confirmada a validade preditiva dos TBAIs.

Esses resultados não significativos das regressões pode se dar em parte por causa da escolha dos subtipos femininos. Como ficou evidente nas outras medidas, donas de casa e empresárias não são marcadamente distintas quanto à competência. Como ressaltam Carlsson e Björklund (2010) pode ser difícil mostrar ambivalência no contexto de subgrupos de sexo feminino devido à categoria superordenada "mulheres" ser profundamente enraizada na cultura. Pesquisas futuras devem escolher outros subtipos e modificar os estímulos escolhidos para o TBAI especialmente os de competência que apresentaram menor consistência interna.

O conjunto de resultados evidenciou que apesar de as medidas usadas não predizerem atitudes sexistas, apresentam em si o padrão mais tradicional. Esse padrão de respostas mais tradicional e representado apenas na medida indireta era o esperado considerando resultados anteriores apresentados na literatura de estereótipos (Rudman

& Kilianski 2000, Rudman & Glick 2001, Devine et al. 2002, Dovidio et al. 2002).

No entanto, sem evidências de validade preditiva e convergente não é possível afirmar que as medidas construídas constituem formas psicometricamente validadas para acessar o conteúdo misto de estereótipos.

Considerações finais e direcionamento futuros

Os autores do Modelo de Conteúdo de Estereótipos (Fiske et al, 2002) tentaram categorizar os componentes fundamentais de estereótipos baseado nas dimensões de amabilidade e competência. Segundo os autores, o conteúdo de estereótipos ocorreriam de forma ambivalente, na maioria das vezes. Os estudos desta dissertação apontam que as mulheres e seus subtipos não são avaliadas de forma ambivalente.

Os resultados dos Estudos 1 e 2 desta dissertação corroboram com o que foi apontado por Wade e Brewer (2006). Uma avaliação geral positiva impactou na empregabilidade e nenhum dos grupos se diferem quanto à avaliação de competência. Tanto as mães do Estudo 1 quanto as donas de casa do Estudo 2 foram avaliadas como mais competentes do que amáveis, assim como todos os outros grupos estudados, sendo que esse seria o conteúdo esperado apenas para homens e empresárias. Ou seja, a percepção do conteúdo não se diferiu entre grupos.

Mesmo variando o contexto e a forma de acessar o conteúdo de estereótipos entre estudos, os grupos estudados não variaram. Sistemáticamente os cenários e subtipos foram positivamente avaliados, consistindo um viés de desejabilidade devido ao fato de estereótipos serem suscetíveis às estratégias de gerenciamento de impressão (Fazio & Olson, 2003). Com a falta de evidências de validade das medidas indiretas, as conclusões estão restritas as afirmações já feitas.

De qualquer forma, retomando os dados apresentado do *Global Gender Gap Index* (2015) não se pode negar que ainda existem problemas a serem transpostos. As relações entre o estereotipo e seus impactos na empregabilidade e previsão de sexismo não resultaram em efeitos significativos neste estudo, mas existe um grande volume de outros estudos evidenciando que o fenômeno de estereótipos de gênero é um fato bem fundamentado e deve ser estudados de outras formas (Bodenhausen & Richeson, 2010; Carlsson & Björklund, 2010; Correll & Benard, 2007; Eagly & Steffen, 1984). Estudos posteriores devem verificar os processos e consequências do fato de mulheres serem avaliadas positivamente, testando outras medidas indiretas ou de escolha forçada em que o subtipo deva ser avaliado como competente ou amável.

Referências

- Allport, G. W. (1954). *The nature of prejudice*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Bruschini, C., & Lombardi, M. R. (2011). Trabalhadoras brasileiras dos anos 90: mais numerosas, mais velhas e mais instruídas. *Mulher e trabalho*, 2,95-105.
- Bodenhausen, G. V., & Richeson, J. A. (2010). Prejudice, stereotyping, and discrimination. *Advanced Social Psychology*.(341-384). *Oxford University Press*, New York, Oxford.
- Boldry, J., Wood, W., & Kashy, D. A. (2001). Gender stereotypes and the evaluation of men and women in military training. *Journal of Social Issues*, 57(4), 689-705.
- Correll, S. J., & Benard, S. (2007). Getting a job: Is there a motherhood penalty?. *American journal of sociology*, 112(5), 1297-1339.
- Carlsson, R., & Björklund, F. (2010). Implicit stereotype content: Mixed stereotypes can be measured with the implicit association test. *Social Psychology*, 41, 213–222.
- Caprariello, P. A., Cuddy, A. J., & Fiske, S. T. (2009). Social structure shapes cultural stereotypes and emotions: A causal test of the stereotype content model. *Group Processes & Intergroup Relations*, 12(2), 147-155.
- Correll, S. J., & Benard, S. (2007). Getting a job: Is there a motherhood penalty? 1. *American journal of sociology*, 112(5), 1297-1339.
- Cuddy, A. J., Fiske, S. T., & Glick, P. (2004). When professionals become mothers, warmth doesn't cut the ice. *Journal of Social Issues*, 60(4), 701-718.
- Cuddy, A. J., Fiske, S. T., & Glick, P. (2007). The BIAS map: behaviors from intergroup affect and stereotypes. *Journal of personality and social psychology*, 92(4), 631- 648.

- Cuddy, A. J., Fiske, S. T., Kwan, V. S., Glick, P., Demoulin, S., Leyens, J. P., ... & Ziegler, R. (2009). Stereotype content model across cultures: Towards universal similarities and some differences. *British Journal of Social Psychology, 48*(1), 1-33.
- Costa, A. O., Sorj, B., Bruschini, C., Hirata, H., (2008). *Mercado de trabalho e gênero: comparações internacionais*. Editora, FGV, Rio de Janeiro
- Cunha, M. S., & Vasconcelos, M. R. (2016). Fecundidade e participação no mercado de trabalho brasileiro. *Nova Economia, 26*(1), 179-206.
- De Houwer, J. (2001) A structural and process analysis of the Implicit Association Test. *J. Exp. Soc. Psychol. 37*, 443–451.
- Devine, P. G. (1989). Stereotypes and prejudice: their automatic and controlled components. *Journal of personality and social psychology, 56*(1), 5-18.
- Devine, P. G., & Baker, S. M. (1991). Measurement of racial stereotype subtyping. *Personality and Social Psychology Bulletin, 17*(1), 44-50.
- Diekman, A. B., & Eagly, A. H. (2000). Stereotypes as dynamic constructs: Women and men of the past, present, and future. *Personality and social psychology bulletin, 26*(10), 1171-1188.
- Dovidio, J. F., Kawakami, K., & Gaertner, S. L. (2002). Implicit and explicit prejudice and interracial interaction. *Journal of personality and social psychology, 82*(1), 62.
- Eagly, A. H., & Mladinic, A. (1989). Gender stereotypes and attitudes toward women and men. *Personality and Social Psychology Bulletin, 15*(4), 543-558.
- Eagly, A. H., & Steffen, V. J. (1984). Gender stereotypes stem from the distribution of women and men into social roles. *Journal of personality and social psychology, 46*(4), 735.

- Eagly, A. H., & Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, *109*, 573–598.
- Eckes, T. (1994). Explorations in gender cognition: Content and structure of female and male subtypes. *Social Cognition*, *12*(1), 37-60.
- Eckes, T. (2002). Paternalistic and envious gender stereotypes: Testing predictions from the stereotype content model. *Sex Roles*, *47*(4), 99-114.
- Fazio, R. H., & Olson, M. A. (2003). Implicit measures in social cognition research: Their meaning and use. *Annual review of psychology*, *54*(1), 297-327.
- Ferreira, M. C. (2004). Sexismo hostil e benevolente: inter-relações e diferenças de gênero. *Temas em Psicologia*, *12*(2), 119-126.
- Ferreira, M. C. (2012). Nível De Categorização De Estereótipos Sexuais. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, *4*(2), 137-148.
- Fiske, S. T., Cuddy, A. J., & Glick, P. (2007). Universal dimensions of social cognition: Warmth and competence. *Trends in cognitive sciences*, *11*(2), 77-83.
- Fiske, S. T., & Tablante, C. B. (2015). Stereotyping: Processes and content. Em E. Borgida & J. A. Bargh (Eds.), *APA Handbook of Personality and Social Psychology (vol.1): Attitudes and Social Cognition* (457-507). Washington, DC: APA.
- Fiske, S., T., Cuddy, A., 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*, *70*, 491–512.

- Formiga, N. S. (2011). Inventário de sexismo ambivalente: um estudo a partir da modelagem de equação estrutural. *Revista de Psicologia da UFC*, 2(1), 104-116.
- Furnham, A. (1986). Response bias, social desirability and dissimulation. *Personality and individual differences*, 7(3), 385-400.
- Gawronski, B., Ehrenberg, K., Banse, R., Zukova, J., & Klauer, K. C. (2003). It's in the mind of the beholder: The impact of stereotypic associations on category-based and individuating impression formation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 39(1), 16-30.
- Glick, P., & Fiske, S. T. (1996). The ambivalent sexism inventory: Differentiating hostile and benevolent sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 878-902.
- Glick, P., & Fiske, S. T. (1999). Sexism and other "isms": Interdependence, status, and the ambivalent content of stereotypes. In W. B. Swann, J. H. Langlois, & L. A. Gilbert (Eds.), *Sexism and stereotypes in modern society: The gender science of Janet Taylor Spence (193-221)*. Washington, DC: American Psychological Association.
- Glick, P., & Fiske, S. T. (2001). Ambivalent stereotypes as legitimizing ideologies: Differentiating paternalistic and envious prejudice. In J. T. Jost & B. Major (Eds.), *The psychology of legitimacy: Ideology, justice, and intergroup relations* (278-306). New York: Cambridge University Press.
- Glick, P., Fiske, S. T., Mladinic, A., Saiz, J. L., Abrams, D., Masser, B., ... & Annetje, B. (2000). Beyond prejudice as simple antipathy: hostile and benevolent sexism across cultures. *Journal of personality and social psychology*, 79(5), 763-775.

- Greenwald, A. G., & Banaji, M. R. (1995). Implicit social cognition: attitudes, self-esteem, and stereotypes. *Psychological review*, *102*(1), 4.
- Greenwald, A. G., Poehlman, T. A., Uhlmann, E. L., & Banaji, M. R. (2009). Understanding and using the Implicit Association Test: III. Meta-analysis of predictive validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, *97*(1), 17-41.
- Greenwald, A. G., Mcghee, D. E., & Schwartz, J. L. K. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: The Implicit Association Test. *Journal of Personality and Social Psychology*, *74*(6), 1464-1480.
- Greenwald, A. G., Nosek, B. a., & Banaji, M. R. (2003). Understanding and using the Implicit Association Test: I. An improved scoring algorithm. *Journal of Personality and Social Psychology*, *85*(2), 197-216.
- Heilman, M. E., & Okimoto, T. G. (2007). Why are women penalized for success at male tasks?: the implied communality deficit. *Journal of Applied Psychology*, *92*(1), 81.
- Hofmann, W., Gawronski, B., Gschwendner, T., Le, H., & Schmitt, M. (2005). A meta-analysis on the correlation between the Implicit Association Test and explicit self-report measures. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *31*(10), 1369-1385.
- Horn, J. L. (1965). A rationale and test for the number of factors in factor analysis. *Psychometrika*, *30*(2), 179-185.
- Haefner, J. E. (1977). Race, age, sex, and competence as factors in employer selection of the disadvantaged. *Journal of Applied Psychology*, *62*(2), 199-202.
- Jonathan, E. G., & Silva, T. D. (2007). Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. *Psicologia & Sociedade*, *19*(1), 77-84.

- Jost, J. T., & Kay, A. C. (2005). Exposure to benevolent sexism and complementary gender stereotypes: consequences for specific and diffuse forms of system justification. *Journal of personality and social psychology*, 88(3), 498.
- Jost, J. T., & Banaji, M. R. (1994). The role of stereotyping in system-justification and the production of false consciousness. *British journal of social psychology*, 33(1), 1-27.
- Jones, D. (2010). A WEIRD view of human nature skews psychologists' studies. *Science*, 328(5986), 1627-1627.
- Kervyn, N., Fiske, S., & Yzerbyt, V. (2015). Forecasting the Primary Dimension of Social Perception. *Social Psychology*, 46(1), 36-45.
- King, E. B. (2008). The effect of bias on the advancement of working mothers: Disentangling legitimate concerns from inaccurate stereotypes as predictors of advancement in academe. *Human Relations*, 61(12), 1677-1711.
- Nosek, B. A., Banaji, M., & Greenwald, A. G. (2002). Harvesting implicit group attitudes and beliefs from a demonstration web site. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 6(1), 101-115.
- Nosek, B. A., Hawkins, C. B., & Frazier, R. S. (2011). Implicit social cognition: From measures to mechanisms. *Trends in Cognitive Sciences*, 15, 152–159.
- Nosek, B. A., Smyth, F. L., Hansen, J. J., Devos, T., Lindner, N. M., Ranganath, K. A., ... & Banaji, M. R. (2007). Pervasiveness and correlates of implicit attitudes and stereotypes. *European Review of Social Psychology*, 18(1), 36-88.
- Oliveira, P. R. D., Scorzafave, L. G., & Pazello, E. T. (2009). Desemprego e inatividade nas metrópoles brasileiras: as diferenças entre homens e mulheres. *Nova economia*, 19(2), 291-324.

- Osborne, J. W., & Fitzpatrick, D. C. (2012). Replication analysis in exploratory factor analysis: What it is and why it makes your analysis better. *Practical Assessment, Research & Evaluation, 17*(15), 1-8.
- Pearson, V. M., & Stephan, W. G. (1998). Preferences for styles of negotiation: A comparison of Brazil and the US. *International Journal of Intercultural Relations, 22*(1), 67-83.
- Phelan, J. E., Moss-Racusin, C. A., & Rudman, L. A. (2008). Competent yet out in the cold: Shifting criteria for hiring reflect backlash toward agentic women. *Psychology of Women Quarterly, 32*(4), 406-413.
- Richards, Z., & Hewstone, M. (2001). Subtyping and subgrouping: Processes for the prevention and promotion of stereotype change. *Personality and Social Psychology Review, 5*(1), 52-73.
- Ridgeway, C. L., & Berger, J. (1986). Expectations, legitimation, and dominance behavior in task groups. *American Sociological Review, 51*, 603-617.
- Rudman, L. A., Greenwald, A. G., & McGhee, D. E. (2001). Implicit self-concept and evaluative implicit gender stereotypes: Self and ingroup share desirable traits. *Personality and Social Psychology Bulletin, 27*(9), 1164-1178.
- Rudman, L. A., & Glick, P. (2001). Prescriptive gender stereotypes and backlash toward agentic women. *Journal of social issues, 57*(4), 743-762.
- Rudman, L. A., & Kilianski, S. E. (2000). Implicit and explicit attitudes toward female authority. *Personality and social psychology bulletin, 26*(11), 1315-1328.
- Rudman, L. A., & Phelan, J. E. (2008). Backlash effects for disconfirming gender stereotypes in organizations. *Research in organizational behavior, 28*, 61-79.

- Schnabel, K., Asendorpf, J. B., & Greenwald, A. G. (2008). Assessment of individual differences in implicit cognition: A review of IAT measures. *European Journal of Psychological Assessment, 24*(4), 210-217.
- Schwarz, N. (1999). Self-reports: How the questions shape the answers. *American psychologist, 54*(2), 93.
- Sriram, N., & Greenwald, A. G. (2009). The brief implicit association test. *Experimental psychology, 56*(4), 283-294.
- Troilo, J., & Coleman, M. (2008). College student perceptions of the content of father stereotypes. *Journal of Marriage and Family, 70*(1), 218-227.
- Twenge, J. M., & Campbell, S. M. (2008). Generational differences in psychological traits and their impact on the workplace. *Journal of Managerial Psychology, 23*(8), 862-877.
- Vervecken D., Gygax P. M., Gabriel U., Guillod M., Hannover B. (2015). Warm-hearted businessmen, competitive housewives? Effects of gender-fair language on adolescents' perceptions of occupations. *Frontiers in psychology. 6*:1437.
- Wade, M. L., & Brewer, M. B. (2006). The structure of female subgroups: An exploration of ambivalent stereotypes. *Sex roles, 54*(11-12), 753-765.
- Wajnman, S., Queiróz, B., & Liberato, V. (1998). O crescimento da atividade feminina nos anos noventa no Brasil. *Anais do XI Encontro Nacional de Estudos Populacionais. Abep, 2*, 2-429.
- White, J. B., & Gardner, W. L. (2009). Think women, think warm: Stereotype content activation in women with a salient gender identity, using a modified Stroop task. *Sex roles, 60*(3-4), 247-260.

Wilkinson, R. G., & Pickett, K. E. (2009). Income inequality and social dysfunction.

Annual Review of Sociology, 35, 493-511.

Wittenbrink, B., Judd, C. M., & Park, B. (1997). Evidence for racial prejudice at the

implicit level and its relationship with questionnaire measures. *Journal of personality and social psychology*, 72(2), 262.

World Economic Forum. Global Gender Gap (2015). Retirado de: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2015/the-global-gender-gap-index-2015/>.

Apêndice A

Questionário Estudo 1: o participante recebia um dos quatro cenários abaixo e depois respondia as questões sobre os perfis.

Cenário feminino com filho Estudo 1

“Paula é uma administradora de 32 anos, formada na Universidade de São Paulo (USP). Ela trabalha no ramo há 6 anos. Seu trabalho envolve identificar problemas, planejar e conduzir entrevistas, além de ajudar a realizar mudanças nas empresas de seus clientes. Seus passatempos incluem nadar e jogar vôlei. Paula e seu marido acabaram de ter seu primeiro filho. Ela vai à empresa 2 vezes por semana e nos outros 3 dias, ela realiza o trabalho em casa, via internet”.

Cenário masculino com filho Estudo 1

“Paulo é um administrador de 32 anos, formado na Universidade de São Paulo (USP). Ele trabalha no ramo há 6 anos. Seu trabalho envolve identificar problemas, planejar e conduzir entrevistas, além de ajudar a realizar mudanças nas empresas de seus clientes. Seus passatempos incluem nadar e jogar vôlei. Paulo e sua esposa acabaram de ter seu primeiro filho. Ele vai à empresa 2 vezes por semana e nos outros 3 dias, ele realiza o trabalho em casa, via internet”.

Cenário feminino sem filho Estudo 1

“Paula é uma administradora de 32 anos, formada na Universidade de São Paulo (USP). Ela trabalha no ramo há 6 anos. Seu trabalho envolve identificar problemas, planejar e conduzir entrevistas, além de ajudar a realizar mudanças nas empresas de seus clientes. Seus passatempos incluem nadar e jogar vôlei. Ela vai à empresa 2 vezes por semana e nos outros 3 dias ela realiza o trabalho em casa, via internet”.

Cenário masculino sem filho Estudo 1

“Paulo é um administrador de 32 anos, formado na Universidade de São Paulo (USP). Ele trabalha no ramo há 6 anos. Seu trabalho envolve identificar problemas, planejar e conduzir entrevistas, além de ajudar a realizar mudanças nas empresas de seus clientes. Seus passatempos incluem nadar e jogar vôlei. Ele vai à empresa 2 vezes por semana e nos outros 3 dias, ele realiza o trabalho em casa, via internet”.

Perguntas que constavam abaixo do cenário:

1) Responda os itens na escala abaixo, marcando com um X na opção que achar mais adequada, considerando 1 como nem um pouco e 7 como extremamente:

Como visto pela sociedade:

- 1- O quão esta pessoa é afetuosa?
- 2- O quão esta pessoa é ambiciosa?
- 3- O quão esta pessoa tem boa índole?
- 4- O quão esta pessoa é capaz?

- 5- O quão esta pessoa é confiável?
- 6- O quão esta pessoa é desonesta?
- 7- O quão esta pessoa é determinada?
- 8- O quão esta pessoa é eficiente?
- 9- O quão esta pessoa é habilidosa?
- 10- O quão esta pessoa é insensível?
- 11- O quão esta pessoa é moderna?
- 12- O quão esta pessoa é organizada?
- 13- O quão esta pessoa é prática?
- 14- O quão esta pessoa é sincera?
- 15- O quão esta pessoa é tolerante?

2- Por favor, responda as questões na escala abaixo, marcando com um X na opção que achar mais adequada, considerando 1 como nem um pouco provável e 7 como extremamente provável:

- 1- Se você fosse um(a) cliente, qual seria a probabilidade de você contratar esta pessoa como sua administradora?
- 2- Se você fosse um(a) cliente, qual seria a probabilidade de você recomendar que esta pessoa fosse promovida?
- 3- Se você fosse um(a) cliente, qual seria a probabilidade de você recomendar que a empresa dessa pessoa investisse num treinamento contínuo para o aperfeiçoamento dela?

Apêndice B



Figura 1: Conjunto e Imagens de Donas de casa usadas como estímulo nos dois TBAs



Figura 2: Conjunto e imagens de empresárias usadas como estímulo nos dois TBAs

Apêndice C

Tabela 5

Categorias atributo do TBAI de amabilidade

Positivos	Negativos
Amigável	Hostil
Simpática	Desonesta
Agradável	Desagradável
Honesta	Antipática

Apêndice D

Tabela 6

Categorias atributo do TBAI de competência

Positivos	Negativos
Competente	Incompetente
Eficiente	Ineficaz
Eficaz	Incapaz
Qualificada	Ineficiente

Apêndice E

Tabela 7

Palavras usadas para as categorias do TAI de gênero/carreira

Categorias alvo		Categorias Atributo	
Carreira	Família	Homens	Mulheres
Gerente	Casa	Masculino	Feminino
Profissional	Parentes	Garoto	Garota
Empresa	Filhos	Menino	Menina
Corporação	Casamento	Dele	Dela
Salário	Bebês	Ele	Ela
Escritório	Noivado		

Apêndice F

Escala de percepção de amabilidade, competência, status e competitividade – PACSC, as lacunas são preenchidas com “Dona de casa” ou “Empresárias”

-
1. O quão *competente* as _____ são vistas?
 2. O quão *eficiente* as _____ são vistas?
 3. O quão *eficazes* as _____ são vistas?
 4. O quão *qualificadas* as _____ são vistas?
 5. O quão *incompetente* as _____ são vistas?
 6. O quão *ineficaz* as _____ são vistas?
 7. O quão *incapaz* as _____ são vistas?
 8. O quão *ineficiente* as _____ são vistas?
 9. O quão *amigáveis* as _____ são vistas?
 10. O quão *simpáticas* as _____ são vistas?
 11. O quão *agradáveis* as _____ são vistas?
 12. O quão *honestas* as _____ são vistas?
 13. O quão *hostis* as _____ são vistas?
 14. O quão *desonestas* as _____ são vistas?
 15. O quão *desagradáveis* as _____ são vistas?
 16. O quão *antipáticas* as _____ são vistas?
 17. O quão prestigiados são os trabalhos realizados por elas?
 18. O quão bem sucedidas economicamente elas são?
 19. O quão escolarizadas são elas?
 20. Se as ____ forem socialmente favorecidos de alguma forma, é possível que a vida de pessoas como eu fique mais difícil.
 21. Quanto mais poder as ____ tiverem, menos poder pessoas como eu terão.
 22. Recursos que vão para as pessoas desse grupo provavelmente são retirados de pessoas como eu. ^[1]_[sEP]
-

Apêndice G

Tabela 8

Cargas fatoriais da escala de PACSC para empresárias após a retirada de itens não replicáveis

Itens/Fatores	1	2
O quão competentes são as empresárias?	0,754	
O quão eficientes são as empresárias?	0,872	
O quão eficazes são as empresárias?	0,858	
O quão qualificadas são as empresárias?	0,778	
O quão incompetentes são as empresárias?	0,630	
O quão ineficaz são as empresárias?	0,587	
O quão ineficiente são as empresárias?	0,708	
O quão simpáticas são as empresárias?		0,780
O quão agradáveis são as empresárias?		0,788
O quão desonestas são as empresárias?		0,608
O quão desagradáveis são as empresárias?		0,766
O quão antipáticas são as empresárias?		0,721
Se as empresárias forem socialmente favorecidos de alguma forma, é possível que a vida de pessoas como eu fique mais difícil		
Autovalores	1,89	1,69
% da variância	32,17	22,62
Alfa de Cronbach	0,90	0,88

Apêndice H

Tabela 9

Cargas fatoriais da escala de PACSC para donas de casa após a retirada de itens não replicados.

Itens/Fatores	1	2	3	4
O quão agradáveis são as donas de casa?	0,845			
O quão simpáticas são as donas de casa?	0,798			
O quão desagradáveis são as donas de casa?	0,762			
O quão amigáveis são as donas de casa?	0,758			
O quão antipáticas são as donas de casa?	0,755			
O quão desonestas são as donas de casa?	0,738			
O quão honestas são as donas de casa?	0,724			
O quão eficazes são as donas de casa?		0,844		
O quão eficientes são as donas de casa?		0,807		
O quão competentes são as donas de casa?		0,784		
O quão qualificadas são as donas de casa?		0,739		
O quão incapaz são as donas de casa?			0,893	
O quão ineficaz são as donas de casa?			0,881	
O quão ineficiente são as donas de casa?			0,840	
O quão incompetentes são as donas de casa?				
Se as donas de casa forem socialmente favorecidos de alguma forma, é possível que a vida de pessoas como eu fique mais difícil				0,749
Quanto mais poder as donas de casa tiverem, menos poder pessoas como eu terão				0,731
Recursos que favorecem donas de casa provavelmente são retirados de pessoas como eu				0,646
O quão escolarizadas são as donas de casa de modo geral?				0,532
O quão bem sucedidas economicamente são as donas de casa de modo geral?				0,499
Autovalores	1,89	1,69	1,56	1,46
% da variância	20,31	33,75	46,39	53,88
Alfa de Cronbach	0,89	0,83	0,89	0,65

Apêndice I

Tabela 10

Cargas fatoriais da escala de sexismo ambivalente

Itens/Fatores	1	2
As exigências que as feministas fazem aos homens costumam ser absurdas	0,806	
A maioria das mulheres interpreta observações ou atos inocentes como discriminatórios	0,795	
As feministas estão querendo que as mulheres tenham mais poder que os homens	0,766	
As mulheres se ofendem muito facilmente	0,757	
Muitas mulheres, com a desculpa de buscarem igualdade, estão querendo favores especiais.	0,752	
Quando as mulheres perdem para os homens numa competição justa, elas em geral se queixam de ter sido discriminadas	0,725	
As mulheres querem obter poder para exercer controle sobre os homens	0,677	
A maioria das mulheres não avalia plenamente tudo que os homens fazem por elas	0,578	
As mulheres exageram os problemas que têm no trabalho	0,515	
As mulheres gostam de provocar os homens, parecendo estar disponíveis para depois recusar os convites masculinos	0,498	
Quando uma mulher conquista um homem ela costuma mantê-lo sob rédea curta	0,343	
Os homens não são totalmente completos sem as mulheres		0,770
As mulheres devem ser amadas e protegidas pelos homens		0,710
Não importa o quanto seja realizado, o homem não é verdadeiramente homem se não tiver o amor de uma mulher		0,684
As mulheres costumam ter mais bom gosto e uma cultura mais refinada que os homens		0,606
As pessoas não conseguem ser totalmente felizes na vida se não estiverem envolvidas romanticamente com uma pessoa do sexo oposto		0,574
As mulheres costumam ter mais sensibilidade moral que os homens		0,569
Num desastre, as mulheres devem ser salvas antes dos homens		0,483
Uma boa mulher deve ser colocada num pedestal pelo seu homem		0,473
O homem deve estar disposto a fazer sacrifícios para satisfazer as necessidades financeiras de sua mulher		0,471
Todo homem deve ter uma mulher que ele adore		0,469
Muitas mulheres têm uma pureza que poucos homens possuem		0,459
Autovalores	1,93	1,74
% de variância	38,25	47,05
Alfa de Cronbach	0,85	0,91