



INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

**FALEI-TE. PERDI-TE.
O PRECONCEITO MODERNO E A INFLUÊNCIA DO SOTAQUE NO MEIO
ORGANIZACIONAL**

Inês Ferreira Machado

Mestrado em Gestão

Orientadora:

Prof.ª Doutora Marjan Sara Fonseca Jalali, Professora Associada,
Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral, ISCTE Business
School

Coorientadora:

Prof.ª Doutora Elizabeth Claire Collins, Professora Auxiliar Convidada,
Departamento de Psicologia Social e das Organizações, Instituto
Universitário de Lisboa

Setembro, 2020



**BUSINESS
SCHOOL**

**FALEI-TE. PERDI-TE.
O PRECONCEITO MODERNO E A INFLUÊNCIA DO SOTAQUE NO MEIO
ORGANIZACIONAL**

Inês Ferreira Machado

Mestrado em Gestão

Orientadora:

Prof.ª Doutora Marjan Sara Fonseca Jalali, Professora Associada,
Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral, ISCTE Business
School

Coorientadora:

Prof.ª Doutora Elizabeth Claire Collins, Professora Auxiliar Convidada,
Departamento de Psicologia Social e das Organizações, Instituto
Universitário de Lisboa

Setembro, 2020

AGRADECIMENTOS

Professores há muitos,
Livros também,
Bonita sorte a minha,
Encontrar quem ensina o bem.

A Mãe o meu oxigénio,
O Pai o meu coração,
Difícil expressar neste poema
O tamanho da minha gratidão.

Os manos o exemplo,
As raízes do meu jardim,
Aos vossos filhos retribuirei
Tudo o que fizeram por mim.

Eu sei que o caminho é longo
E somos nós que o traçamos
Mas a vista é mais bonita
Se partilhada com quem amamos.

Se Inês me define,
Felicidade também,
A cor da minha alma
Deve-se a quem me faz bem.

Dedico este poema, em forma de agradecimento, à minha mãe Cristina, ao meu pai Rui, à minha irmã Mariana e ao meu irmão Miguel. A eles devo tudo. Também o dedico à minha orientadora, professora Marjan Jalali, à minha coorientadora, professora Elizabeth Collins, ao meu namorado Marcelo e aos meus amigos. Foram um apoio essencial e insubstituível em todo este processo.

RESUMO

O sotaque é uma das coisas que mais nos identifica; é geralmente reflexo das nossas origens e pode determinar as associações que as pessoas fazem sobre nós. Dado o aumento da diversidade cultural em Portugal, e o concomitante aumento da diversidade de sotaques, compreender o seu efeito no meio organizacional torna-se especialmente importante, na medida em que o sotaque pode ser uma significativa fonte de associações e julgamento de competências.

Uma vez que existe uma falta de investigação no domínio das influências sociais sobre a escolha do consumidor, especialmente no continente europeu, o nosso estudo visa investigar se os sotaques podem afetar as perceções e intenções dos consumidores. Desta forma, perguntamos: “Em Portugal, o sotaque de um funcionário pode influenciar a escolha do consumidor?”.

Através de um estudo experimental e de um estudo descritivo, conseguimos encontrar um efeito negativo do sotaque não padrão no comportamento dos consumidores e, ainda, descobrir que os resultados são bastante mais significativos quando medidos de forma indireta e inconsciente, mostrando uma dissociação entre as atitudes implícitas e atitudes explícitas do consumidor. A presente dissertação vem ajudar na compreensão deste conflito cognitivo, intitulado de preconceito moderno, onde o preconceito explícito é suprimido e substituído por uma forma implícita e disfarçada de julgamento. Assim, os nossos resultados ajudam a confirmar que o preconceito de sotaque existe em Portugal, pode assumir várias formas, é um fator de desigualdade quer social quer laboral e tem impactos económicos.

Palavras-chave: Sotaque; Preconceito moderno; Atitudes implícitas; Escolha do consumidor

JEL Classification System:

A13 - Relação da Economia com os Valores Sociais

M14 - Cultura Corporativa; Diversidade, Responsabilidade Social

O15 - Recursos Humanos; Desenvolvimento Humano; Migração

ABSTRACT

Our accent is one of the things that most identifies us; it is usually a reflection of our origins and can determine the associations that people make about us. Given the increasing cultural diversity in Portugal, and the concomitant increase in the diversity of accents, understanding their effect on the organizational environment becomes especially important, as accent can be a significant source of associations and judgments of skills.

Since there is a lack of research in the field of social influences on consumer choice, especially in Europe, our study aims to investigate whether accents can affect consumer perceptions and intentions. Thus, we ask: "In Portugal, can an employee's accent influence consumer choice?"

Through an experimental study and a descriptive study, we were able to find a negative effect of a non-standard accent on consumer behavior and also to discover that the results are much more significant when measured indirectly and unconsciously, showing a dissociation between the implicit attitudes and explicit attitudes of the consumer. This dissertation helps in the understanding of this cognitive conflict, entitled modern prejudice, where the explicit prejudice is suppressed and replaced by an implicit and disguised form of judgment. Thus, our results help to confirm that accent prejudice exists in Portugal, can take various forms, is a factor of both social and labour inequality and has economic impacts.

Keywords: Accent; Modern Prejudice; Implicit Attitudes; Consumer Choice

JEL Classification System:

A13 - Relation of Economics to Social Values

M14 - Corporate Culture, Diversity, Social Responsibility

O15 - Human Resources, Human Development, Migration

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO.....	1
2. REVISÃO DE LITERATURA.....	5
2.1 Língua e Sotaque.....	5
2.1.1 Definições	5
2.1.2 Marcadores nos estilos de fala	6
2.2. Estereótipos e Preconceito	7
2.2.1 Definições	7
2.2.3. Preconceito de Sotaque	9
2.2.2. O mundo moderno e a Supressão do Preconceito: Atitudes Implícitas e Atitudes Explicitas.....	10
2.3. Contexto Organizacional	14
2.3.1. A evolução organizacional e os efeitos do Sotaque entre cliente-funcionário	14
2.2.1 Estudos relacionados e limitações correntes.....	15
3. METODOLOGIA.....	19
3.1 Hipóteses e Questões de investigação.....	19
3.2 Abordagem e investigação	21
3.3 Design da investigação	22
3.4 Seleção de sotaques.....	24
3.5 Participantes e Recolha de Dados	24
3.6 Perguntas e medição de escalas	25
3.7 Pré-Teste	30
4. RESULTADOS.....	31
4.1 Procedimento e Análise Quantitativa de Dados.....	31
4.2 Validação dos participantes	32
4.3 Caracterização da amostra	33
4.4 Resultados experimentais (avaliação das atitudes implícitas)	34
4.4.1 Avaliação do funcionário.....	35
4.4.2 Intenção de contratar.....	39
4.5 Resultados descritivos (avaliação das atitudes explícitas).....	43
5. DISCUSSÃO	45
6. CONCLUSÃO	49
6.1 Resultados Alcançados	49
6.2 Contribuições Teóricas e Práticas	51
6.3 Limitações e Recomendações para Pesquisas Futuras.....	52
4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	55

<i>ANEXOS</i>	65
ANEXO A.....	65
ANEXO B.....	73
ANEXO C.....	75

ÍNDICE FIGURAS

Figura 4. 1 – Género	33
Figura 4. 2 - Idade	33
Figura 4. 3 - Situação Profissional.....	34
Figura 4. 4 - Habilitações académicas	34
Figura 4. 5 - Escalões rendimento mensal bruto	34
Figura 4. 6 - Média de competência percecionada por grupos de sotaque	36
Figura 4. 7 - Média de estatuto percecionada por grupos de sotaque	37
Figura 4. 8 - Média de calor percecionada por grupos de sotaque	37
Figura 4. 9 - Média de ética percecionada por grupos de sotaque	38
Figura 4. 10 - Média de intenção de contratar por grupos de sotaque	40
Figura 4. 11 - Média de qualificação percecionada para segmento de luxo por grupos de sotaque	41
Figura 4. 12 - Média de qualificação percecionada para segmento mais baixo por grupos de sotaque	42

ÍNDICE QUADROS

Quadro 3. 1 - Perguntas e medição de escalas da Avaliação de qualificações do funcionário.....	26
Quadro 3. 2 - Perguntas e medição de escalas da Intenção de contratar.	27
Quadro 3. 3 - Perguntas e medição de escalas da Perceção sobre imigrantes em Portugal.....	28
Quadro 3. 4 - Perguntas e medição de escalas da preferência no contacto e sotaque.....	29
Quadro 4. 1 - Alfa de Cronbach (α) das escalas de medição.....	35
Quadro 4. 2 - Resumo dos resultados da avaliação do funcionário e validações de hipóteses.....	39
Quadro 4. 3 - Resumo dos resultados da intenção de contratar e respetivas validações de hipóteses.....	42

1. INTRODUÇÃO

Durante os anos 90, Portugal experienciou a chegada contínua de imigrantes africanos das antigas colónias portuguesas (Cabo Verde, Moçambique, Angola, Guiné-Bissau, Santo Tomé e Príncipe), bem como a chegada de europeus do Leste e brasileiros (Padilla, Azevedo, e Olmos-Alcaraz, 2015), levando a um processo de aumento da diversidade no país (Padilla et al., 2015). Segundo dados do Instituto Nacional de Estatística (INE, 2019), o número de residentes estrangeiros em Portugal com estatuto legal de residente tem aumentado continuamente ao longo dos anos, especialmente na última década, tendo em conta que a Europa enfrenta a maior crise migratória desde a segunda guerra mundial (Reis e Guerra, 2018). Em 2016 residiam em Portugal 392.969 estrangeiros com estatuto legal de residente; passados dois anos, esse número tinha aumentado para 477.472 (INE, 2019).

Este aumento da imigração reflete-se num aumento da diversidade cultural em Portugal e, por isso, importa perceber de que forma este fenómeno é percebido pela população. Seguindo esta linha de pensamento, é natural que esta diversidade se reflita em vários contextos, sendo um deles o local de trabalho (Albuquerque Filho, Freire, De Luca, e Vasconcelos, 2019). Muitas empresas têm produção ou vendas noutros países e, por esse motivo, é cada vez mais frequente a estrutura das empresas ser formada por pessoas oriundas de diversos países (Friedman, 2005), fazendo com que os funcionários interajam com pessoas com uma ampla variedade de nacionalidades e culturas, com diversas línguas maternas e, conseqüentemente, diferentes sotaques. Como Alves, (2017) indica “o sotaque é, portanto, o denominador central na distinção entre gerações recém-emigradas e as já segundas, terceiras ou subseqüentes gerações de emigrantes” (p. 100). Por isto, o impacto dos sotaques no meio organizacional pode ser especialmente influente e amplo dado o rápido movimento do mundo em direção à internacionalização e globalização (Friedman, 2005), em que Portugal não é exceção.

Durante décadas, a pesquisa de atitudes perante a linguagem tradicional (a que é oriunda do próprio país) postulou a existência de um efeito negativo geral em relação a sotaques estrangeiros (Alves, 2017; Lambert, 1967; Rubin e Smith, 1990; Ryan, 1983). A evidência empírica indica que os sotaques afetam as avaliações que fazemos dos outros (Grogger, Steinmayr, e Winter, 2020) as percepções da competência (Reid, 1990) e a classificação dos indivíduos em grupos (Berger, Rosenholtz, e Zelditch, 1980; Ryan, 1983). Ao mesmo tempo, ao analisar sotaques específicos, muitos investigadores reconhecem que as atitudes do ouvinte em relação a sotaques estrangeiros podem variar, atribuindo essa variação a vários fatores, incluindo a forma de falar do indivíduo e o estatuto social a que este pertence (Cargile e Giles,

1998; Silva, 2016); a agressividade da mensagem (Cargile e Giles, 1998); os estereótipos associados à nacionalidade do sotaque em causa (Frumkin, 2007; Kristiansen, 2001); e o grau de não padronização do sotaque, ou seja, o nível de intensidade do sotaque estrangeiro na língua em questão (Brennan e Brennan, 1981; Bresnahan, Ohashi, Nebashi, Liu, e Shearman, 2002)

Desta forma, dado o aumento da globalização dos negócios e a crescente diversidade da força de trabalho em Portugal, a probabilidade de os consumidores interagirem com um funcionário de origem não portuguesa, ou descendente de pessoas com origem não portuguesa, que fale português de maneira perceptível, mas com um sotaque estrangeiro evidente, também se torna maior. Isto levanta questões relacionadas com as atitudes dos consumidores, de forma a perceber se a intenção de compra destes é diferente relativamente a funcionários que falam português, mas com sotaque “estrangeiro” em comparação com funcionários que falam com sotaque padrão (neste caso, o português de Portugal).

Pesquisas sobre avaliações de diferentes formas de linguagem sugerem que os indivíduos que falam com sotaque não padrão (neste caso, estrangeiro), recebem piores avaliações em várias medidas (Berger et al., 1980; Reid, 1990; Ryan, 1983). Por exemplo, um estudo recente de Grogger et al. (2020), realizado nas universidades de Chicago e Munique, sobre indivíduos de uma região em particular na Alemanha, em comparação com os seus antigos colegas do ensino básico com sotaques distintos, concluiu que o sotaque não padrão de um trabalhador pode conduzir a uma penalização de 20% no salário. De Souza, Pereira, Camino, de Lima, e Torres (2016), por sua vez, mostraram que, em Portugal, as pessoas com sotaque padrão tinham um potencial para serem promovidas marginalmente mais alto que as pessoas com sotaque brasileiro, independentemente da sua qualidade de trabalho. No entanto, atualmente não sabemos se essas avaliações negativas se traduzem em intenções ou até comportamentos diferentes na escolha do consumidor, no momento em que este é exposto a uma apresentação de um serviço por parte de um funcionário com sotaque não padrão.

O entendimento que temos sobre a relação entre atitudes e comportamentos foi surgindo ao longo dos anos, com uma grande variabilidade de resultados em diferentes estudos, levando os investigadores a tentar especificar as condições nas quais as atitudes conseguem melhor prever comportamentos (Glasman e Albarracín, 2006). Outro aspeto amplamente discutido na literatura diz respeito à existência das atitudes implícitas ou explícitas, e a relativa solidez das mesmas (Greenwald e Banaji, 1995). As atitudes que as pessoas mantêm inconscientemente, também chamadas de atitudes implícitas, são inacessíveis ao indivíduo e difíceis de observar diretamente (Pantos e Perkins, 2012), enquanto que atitudes explícitas, ou conscientes, são

reações formadas por meio de processamento cognitivo controlado adicional (Wittenbrink e Schwarz, 2007). Por isso, outro fator que influencia o comportamento é a autoconsciência, ou seja, a capacidade de o ser humano direcionar a atenção para si mesmo.

Por exemplo, nos anos 80, nos Estados Unidos, encontravam-se níveis de preconceito muito maiores em relação a pessoas negras quando eram medidas atitudes implícitas, em comparação com quando eram medidas atitudes explícitas, sugerindo uma associação implícita negativa contínua com pessoas negras (Crosby, Bromley, e Saxe, 1980). Apesar do declínio de atitudes de preconceito explicitamente declaradas em relação a pessoas negras ou diferentes grupos de emigrantes, ainda existe muita discriminação em relação às minorias em todo o mundo (Silva, 2016), o qual pode ser explicado através das atitudes implícitas (Ajzen e Fishbein, 2005). Embora esse extenso corpo de pesquisa forneça uma riqueza de informações sobre atitudes e reações a uma multiplicidade de nacionalidades, não é clara a ideia de um desvio geral implícito baseado no sotaque, com evidências de variação na atitude da escolha do consumidor.

Dada a crescente internacionalização e diversidade cultural no mundo, e em Portugal em particular, se os sotaques podem afetar as percepções e escolhas dos consumidores, compreender as atitudes (explícitas e implícitas) e intenções dos consumidores em relação a funcionários de sotaque estrangeiro, e investigar como e em que grau os indivíduos podem ser influenciados pelo discurso acentuado de outros, é uma contribuição importante para a literatura da escolha do consumidor, com o objetivo de averiguar de que forma isso poderá trazer consequências na preferência de um serviço.

Assim, a principal questão de investigação desta tese consiste em: “Em Portugal, o sotaque de um funcionário pode influenciar a escolha do consumidor?” De uma forma mais específica, esta tese pretende avaliar o efeito do sotaque não padrão na escolha do consumidor e, deste modo, trazer informações adicionais sobre as reações do ouvinte, averiguando se são encontradas mudanças nas suas atitudes e intenções, com base no sotaque, e eventuais associações (e preconceitos ou julgamentos) com o mesmo; sendo que estas variáveis ainda não foram suficientemente estudadas na literatura, no contexto organizacional. Outra contribuição desta tese é o estudo da consciência das atitudes e/ou julgamentos do ouvinte, testando se existe uma diferença na avaliação das atitudes implícitas e das atitudes explícitas, uma vez que a maioria dos estudos até o momento apenas estudou a existência de julgamentos positivos e/ou negativos, mas não a consciência do ouvinte relativamente aos mesmos.

Desta forma, no próximo capítulo são desenvolvidos os conceitos chave da temática relacionada ao preconceito de sotaque e ao seu enquadramento no contexto organizacional. O terceiro capítulo apresenta a metodologia utilizada e os parâmetros do estudo experimental e do

estudo descritivo levados a cabo. De seguida, são analisados e discutidos os resultados. O capítulo final apresenta as conclusões, limitações e sugestões de análise para futuras investigações.

2. REVISÃO DE LITERATURA

O sotaque é uma das coisas que mais nos identifica. Pode ser reflexo das nossas origens, como o local onde nascemos e/ou vivemos, e representar as associações que as pessoas fazem das mesmas (Flege, 1984). Trata-se de um assunto complexo e subjetivo, sendo que um determinado sotaque pode ser agradável para uns e repulsivo para outros, e vice-versa (Rakić, Steffens, e Mummendey, 2011). Dado o aumento da diversidade cultural em Portugal (INE, 2019), o efeito do sotaque no meio organizacional pode ser especialmente influente e amplo, sendo a língua e o sotaque importantes fontes de associação e julgamento de competência de um indivíduo (Ryan, 1983). Desta forma, para podermos compreender o potencial efeito do sotaque nas atitudes e intenções do consumidor, torna-se essencial esclarecer alguns conceitos-base como a língua e o sotaque, os estereótipos e preconceitos e, mais particularmente, o preconceito de sotaque, as atitudes inerentes ao mesmo e os consequentes efeitos no meio organizacional.

2.1 Língua e Sotaque

2.1.1 Definições

Tendo em conta as tendências atuais de globalização e migração, há um número crescente de indivíduos estrangeiros a viver em cada país que precisa de aprender o idioma local. Mesmo que dominem perfeitamente o novo idioma em termos de gramática e vocabulário, geralmente, esses indivíduos podem ser identificados como estrangeiros pela maneira como pronunciam as palavras (Hosoda e Stone-Romero, 2010).

A língua é usualmente definida como um sistema estruturado de sons básicos que é compartilhado e governado por regras (Hogg e Vaughan, 2011). Segundo Hogg e Vaughan (2011), o fenómeno real de falar uma língua e articulá-la é referido como fala. Existem estilos de fala padrão em todas as comunidades; no entanto, todos os indivíduos articulam a língua de uma maneira diferente, mesmo que alguns padrões possam ser extraídos da sua formação social e/ou estatuto (conforme será apresentado na seção 2.1.2). Esta variedade de articulação que pode ser derivada de contextos sociais ou associações de grupos/sociedades pode ser chamada de sotaque; isto é, “uma maneira de pronúncia diferente da fala padrão com os níveis gramaticais, sintáticos e lexicais consistentes com o padrão” (Brennan, 1977 cit.em Nguyen, 2010, p. 3). Assim, o sotaque descreve um modo diferente de fala, geralmente baseado em

diferenças de fonologia e entoação, que é associado a um grupo específico de pessoas (Deprez-Sims e Morris, 2010).

2.1.2 Marcadores nos estilos de fala

A fala de um indivíduo é formada a partir de elementos do seu contexto circundante, bem como dos seus aspetos biológicos, criando, assim, o tipo de fala do indivíduo e a maneira como esta soa (Silveira, 2016). Segundo (Verhoeven, 2002), existem vários marcadores no discurso que podem fornecer informações ao recetor sobre algumas das características pessoais e sociais do orador. Verhoeven (2002) classifica estas características como: pessoais, sociais e situacionais. As características pessoais podem ser divididas em dois conjuntos de marcadores: i) marcadores de identidade, que identificam o indivíduo através de características que o diferenciam de outros, como tom, amplitude e qualidade da voz; e ii) marcadores de estado, que fornecem informações sobre o estado físico e emocional do indivíduo (Verhoeven, 2002). No que diz respeito às características sociais, falamos das características da comunidade da fala, representando o local de onde vimos ou onde fomos criados. São características gerais para os membros de uma determinada comunidade, estando presentes para todos esses membros, apesar de poder ser com menor ou maior intensidade. Por último, as características situacionais são associadas ao cenário em que a fala está a ser conduzida e conectadas à maneira como os indivíduos mudam a sua forma de falar de acordo com a situação que estão a enfrentar (Silveira, 2016).

Verhoeven (2002) também se concentra no fenómeno de sotaques estrangeiros, sendo que o mesmo é definido como “o fenómeno em que oradores não nativos de um idioma são reconhecidos por falantes da língua materna como estrangeiros” (p. 186), sendo que o sotaque do orador informa (ou pode informar) qual é sua língua materna. Segundo (Grogger et al., 2020) a neurociência cognitiva e sociolinguística mostra que o sotaque nativo é, em grande parte, adquirido durante a infância e difícil de alterar posteriormente. Muitos indivíduos são capazes de utilizar a gramática e o vocabulário da língua nacional do país em que se encontram, no entanto, continuam a falar com o sotaque do seu país de origem (Grogger et al., 2020). Verhoeven (2002) afirma que essa variação na fala pode resultar em implicações sociais no que diz respeito à perceção do ouvinte nativo, por razões históricas. Por exemplo, segundo uma investigação de (Silveira, 2016) um sotaque brasileiro, em Portugal, é menos socialmente bem-visto que um sotaque português. Assim, embora “a língua portuguesa [seja] um dos elementos unificadores entre comunidades” o sotaque assume-se “como elemento de diferenciação e até

de rutura.” (Alves, 2017, p.100). Na próxima secção são apresentadas as definições de preconceito e estereótipo, de maneira a compreender melhor de que forma estas diferenças podem ser vistas.

2.2. Estereótipos e Preconceito

2.2.1 Definições

Uma comunicação bem-sucedida requer coordenação entre as partes envolvidas, geralmente através da discussão de informações compartilhadas que estabelecem um “terreno comum” (Clark, 1985; Collins, Biernat e Eidelman, 2009). Num contexto em que as partes têm conhecimento substancial uma da outra, as informações compartilhadas surgem, geralmente, de experiências comuns e, quando referenciadas, podem criar sentimentos de camaradagem (Kashima, Klein e Clark, 2011; Ruscher, 1998). No entanto, segundo Collins et al. (2009), em contextos em que as partes são relativamente estranhas uma à outra, as pessoas podem confiar em informações culturalmente partilhadas para aumentar as chances de uma comunicação bem-sucedida (através de um contexto facilmente compreensível) e de uma interação positiva (através de crenças comuns).

Os estereótipos fornecem uma dessas fontes de informações compartilhadas culturalmente (Clark, 1996; Kashima et al., 2011). A forma como as pessoas falam sobre grupos estereotipados em discursos que ocorrem naturalmente tem sido descrita na literatura (Augoustinos, Tuffin, e Rapley, 1999; Durrheim e Dixon, 2004; Hirschfeld e Dijk, 1988; Maeso, 2019), tal como os paradigmas experimentais utilizados para examinar o desenvolvimento e manutenção de estereótipos no processo de comunicação. Os estereótipos são tipos particulares de estruturas de conhecimento ou esquemas cognitivos que ligam membros de grupos a certas características (Ford e Stangor, 1992; Nesdale e Rooney, 1996) e que influenciam a interpretação do comportamento de outros (Duncan, 1976), e o comportamento em relação aos outros (Snyder, Tanke, e Berscheid, 1977). Segundo Greenwald e Banaji (1995) um estereótipo pode incluir simultaneamente avaliações positivas e negativas, que servem para orientar julgamentos (e ações) de indivíduos que são membros dessa categoria social.

De acordo com Turban e Jones (1998, cit. em Deprez-Sims e Morris, 2010), os indivíduos vistos como semelhantes às pessoas avaliadoras tendem a ser tratados e avaliados de uma

maneira mais positiva do que aqueles que são vistos como diferentes, uma vez que os avaliadores tendem a identificar-se mais. Uma vez que, enquanto indivíduos, nos vemos, tipicamente, como pertencentes a grupos, isto implica que também haverá uma preferência para ver o(s) nosso(s) grupo(s) de forma mais positiva em comparação com aqueles aos quais não pertencemos (Carlos, 2017). A necessidade de distinção positiva motiva, então, comparações sociais que diferenciem de forma favorável o endogrupo, ou seja, o grupo ao qual supostamente pertencemos, do exogrupo, o grupo de fora (Abrams e Rutland, 2008; Cameron, Rutland, Brown e Douch, 2006), o que leva muitas vezes a uma tendência para comparações entre grupos enviesadas (Tajfel e Turner, 1986). Os vieses, ou enviesamentos endogrúpicos, podem ser definidos como uma resposta motivacional para atingir uma autoimagem positiva, de modo a tornar o endogrupo positivamente distinto do exogrupo (Vala e Lopes, 2016).

Neste sentido, Devine (1989) fala sobre a inevitabilidade da perspectiva do preconceito, que implica que a existência e o conhecimento de um certo estereótipo desencadeiam, conseqüentemente, preconceitos em relação ao exogrupo, sobre o qual a pessoa já tem um estereótipo formado. Ao contrário do estereótipo, o preconceito tem uma conotação obrigatoriamente negativa, definindo-se como uma atitude hostil contra uma pessoa pelo simples facto de pertencer a um determinado grupo socialmente desvalorizado (Allport, 1954). Brown (2010) define preconceito como “qualquer atitude, emoção ou comportamento em relação aos membros de um grupo, que direta ou indiretamente implica alguma negatividade ou antipatia por esse grupo” (p.7). O autor indica que esta definição engloba todo o espectro do fenómeno, incluindo atitudes, emoções e comportamentos, e também todos os tipos de preconceitos estudados, como sexismo, racismo, homofobia, idadeísmo e outros. Silveira (2016) sugere que a esta lista se deveria acrescentar o preconceito linguístico.

Assim sendo, surgiu a necessidade de criar formas de tentar reduzir estes preconceitos. Um modelo que propõe a promoção de identidades sociais mais inclusivas como uma estratégia de redução do preconceito e de melhoria das relações intergrupais é o modelo da identidade endogrupal comum (Gaertner e Dovidio, 2000). O modelo propõe duas formas de recategorização: através de uma representação de grupo único (ex., ser Português), criando uma identidade mais inclusiva, um “nós” que inclui o endogrupo original e o exogrupo numa única categoria e onde não estão salientes as identidades subgrupais originais (Dovidio, Gaertner, Anastasio, Bachman, e Rust, 1993); ou através de uma representação mais complexa de dupla identidade (ex., portugueses brancos e negros) em que as identidades subgrupais originais estão salientes, como parte integrante de uma categoria supraordenada mais inclusiva (Dovidio, Gaertner, Shnabel, Saguy, e Johnson, 2009; Dovidio, Gaertner, Ufkes, Saguy, e Pearson, 2016).

As duas formas de recategorização estão associadas a atitudes mais positivas, a um aumento da atratividade relativa aos membros do exogrupo, à promoção de ajuda intergrupala, cooperação e comportamentos pró sociais e à redução do preconceito (Dovidio et al., 2009).

2.2.3. Preconceito de Sotaque

Um aspeto que interessa particularmente nesta investigação é a forma pela qual a linguagem pode contribuir para a formação do viés intergrupala e para o desenvolvimento e a manutenção dos estereótipos sociais. Segundo Hogg e Vaughan (2011), a maneira como um indivíduo fala pode afetar a maneira como é percebido pelos outros, tendo em conta que os estilos de fala estão conectados a grupos sociais específicos, os quais podem estar associados a avaliações mais ou menos positivas numa determinada sociedade. Segundo Rakić et al. (2011), o sotaque desempenha um papel central na maneira como os indivíduos percebem e categorizam os oradores, colocando-os em grupos sociais. Os sotaques não padrão, são uma característica central identificada pelos membros do país anfitrião, quando um indivíduo migra para outro país (de Souza et al., 2016). Consequentemente, uma pessoa com sotaque padrão tende a ser vista de maneira mais favorável do que uma pessoa com sotaque diferente (Grogger et al., 2020), por este ser mais propenso a ser visto como membro de um grupo externo (Lee e Ottati, 2002). Assim, o preconceito da linguagem é uma forma de discriminação focada na variação do uso de uma determinada língua, com base em noções preconcebidas de correção e adequação de uma linguagem padronizada (Higgins, Nettell, Furukawa e Sakoda, 2012).

Uma pessoa com sotaque não padrão aciona a categorização por parte do ouvinte de maneira rápida, automática e ocasionalmente inconsciente (Rakić et al., 2011). Flege (1984) mostra que é possível identificar a associação étnica ou cultural de um indivíduo com sotaque estrangeiro ouvindo apenas 30 milissegundos de fala, ou assim que o indivíduo diz “olá” (Baugh, 2000). De facto, mesmo quando não reconhece o sotaque não padrão específico de um orador, o ouvinte tende a fazer julgamentos rápidos sobre o mesmo (Lindemann, 2003). Várias investigações mostram que indivíduos com sotaque não padrão tendem a ser vistos como menos instruídos, menos competentes e menos inteligentes (Rodriguez, Cargile e Rich, 2004) e que um sotaque não padrão pode ser bastante prejudicial por ser associado a avaliações mais negativas (Lee e Ottati, 2002). Por exemplo, vários estudos encontraram uma ligação negativa entre o sotaque e os salários, como o caso da investigação de Rickford et al. (2015) onde se constatou essa correlação com o sotaque afro-americano. Também Grogger (2011) mostrou que trabalhadores afro-americanos com sotaques racialmente distintos têm salários mais baixos do

que trabalhadores brancos com qualificações semelhantes. Mesmo depois de avaliados e tidos em conta o nível das competências (através de um Teste de Qualificação das Forças Armadas) e o contexto familiar (como a educação dos pais e o rendimento do agregado) os trabalhadores negros cujas vozes foram claramente identificadas como tendo sotaque afro-americano, ganham cerca de 12% menos do que os trabalhadores com sotaque padrão com competências observáveis semelhantes.

Existem, frequentemente, vieses negativos contra pessoas com sotaque não padrão, especialmente em relação àquelas que são associadas a grupos minoritários desvalorizados e de baixo prestígio, podendo os ouvintes mostrar irritação ou outras formas de preconceito em relação a um orador com esse sotaque (Hosoda e Stone-Romero, 2010). Por exemplo, Dixon e Mahoney (2004) descobriram que, no contexto de investigações criminais, os suspeitos com sotaques não padrão eram avaliados como tendo uma maior probabilidade de serem reacusados de um crime do que suspeitos com sotaque padrão. Ou como mostra o estudo de Segrest Purkiss, Perrewé, Gillespie, Mayes, e Ferris (2006), em que os indivíduos com sotaque espanhol, asiático e africano receberam classificações de empregabilidade mais baixas do que indivíduos com habilitações semelhantes, mas com sotaque americano padrão.

Muito embora estas avaliações possam ser em grande parte ações deliberadas de julgamento e escolha, Bizarrias e Brandão (2016) afirmam que é razoável supor que muitas avaliações e decisões sejam realizadas por meio de mecanismos inconscientes, ou menos deliberados. É com base neste paradigma que apresentamos a literatura da próxima secção.

2.2.2. O mundo moderno e a Supressão do Preconceito: Atitudes Implícitas e Atitudes Explícitas

As avaliações podem ser feitas por meio de diferentes processos. Segundo Gouveia, Athayde, Mendes e Freire (2012), o processo de atitude tradicional baseia-se na noção de que as pessoas analisam as situações e objetos de maneira deliberada (quando há motivação e oportunidade para raciocinar), avaliam prós e contras, formam crenças conscientemente antes de decidir um curso de ação ou a ação propriamente dita. Por outro lado, espera-se que em situações controversas esta avaliação consciente seja reprimida por imposições sociais, levando a divergência entre aquilo que se sente e o que se manifesta sentir (Gouveia et al., 2012). A este paradigma cognitivo dá-se o nome de modelo de processamento duplo (Gyurak, Gross e Etkin, 2011).

O modelo de processamento duplo sugere, em parte, que o julgamento e o comportamento social são o resultado das atitudes implícitas de um indivíduo (reações imediatas) e de atitudes explícitas (reações ponderadas) (Greenwald e Banaji, 1995). Por definição, as atitudes implícitas são inacessíveis ao indivíduo e difíceis de observar diretamente usando medidas tradicionais de autorrelato (Pantos e Perkins, 2012). São atitudes das quais o indivíduo não está ciente durante o momento da ação, podendo influenciar fortemente o curso da mesma (Greenwald e Banaji, 1995). A pesquisa no domínio da cognição social implícita define-as como atitudes baseadas no tipo de processos cognitivos envolvidos na sua formação (Wittenbrink e Schwarz, 2007). Já as atitudes explícitas são definidas como reações formadas por meio de um processamento cognitivo controlado adicional (Gyurak et al., 2011). Segundo vários estudos (ex.: Greenwald e Banaji, 1995; Perkins e Forehand, 2010) as atitudes implícitas podem ser consistentes com as atitudes explícitas; no entanto, também é possível que uma atitude implícita se oponha a uma atitude explícita - denominado como dissociação de atitudes implícitas e explícitas.

Nos últimos anos cresceu o número de estudos sobre o modelo de processamento duplo ou, por outras palavras, desenvolveram-se muitas investigações com base em medidas não evidentes de preconceito. Em consequência, há hoje várias medidas que cobrem diferentes dimensões do preconceito e que medem o preconceito sem que os respondentes tenham consciência de que são as suas atitudes preconceituosas que estão a ser medidas, como no caso dos estudos realizados por Greenwald e colaboradores (ex.: Brian A. Nosek, Anthony G. Greenwald e Mahzarin R. Banaji, 2007; Greenwald, McGhee e Schwartz, 1998) com base no conhecido Implicit Association Test (IAT) e outras medidas do mesmo tipo, que usam latências de resposta para medir as atitudes de forma disfarçada (Fazio e Olson, 2003).

Segundo Vala, Brito e Lopes (2015) estas técnicas têm permitido verificar que, sem possibilidade de controlo normativo das respostas, os inquiridos expressam mais preconceito do que quando respondem aos questionários mais comuns em que as suas respostas são filtradas pelas normas sociais. Estas novas medidas permitiram o aprofundamento do conhecimento do preconceito por meio de modelos de processamento duplo, que distinguem os processos automáticos ou não conscientes dos processos deliberados, controlados ou conscientes (Gouveia et al., 2012). Neste contexto analítico tem sido possível chamar a atenção para reações preconceituosas quase automáticas, que não envolvem uma deliberação consciente ou não requerem efetiva intencionalidade, como acontece em muitas interações da vida quotidiana (Vala et al., 2015).

Por exemplo, antes da era dos Direitos Civis, o preconceito racial era visto como uma psicopatologia, daqueles que o perpetuavam, sendo estes indivíduos vistos como alguém que necessitava de reestruturação (Dovidio, 2001). Na época, o preconceito era definido como evidente, ou por outras palavras, diretamente observável e, por isso, esse preconceito "antiquado" rapidamente se transformou numa forma mais implícita de preconceito, ou aquilo a que McConahay (1986) chama de "preconceito moderno". A definição de preconceito moderno diz respeito a uma provável ativação de julgamentos de forma inconsciente, ou implícita, relativamente a um grupo específico, resultante de um ou mais fatores observados (McConahay, 1986). Ou seja, o preconceito moderno defende a igualdade, de forma que não discrimina abertamente; no entanto, os sentimentos subjacentes podem levar a uma discriminação não intencional (Dovidio, 2001). Dovidio (2001) afirma que o preconceito moderno, por ser subtil e não intencional, pode levar a que indivíduos denunciem o racismo, e mesmo assim ajam de forma a discriminar e a desfavorecer os outros.

Por exemplo, Pedersen e Walker (1997) realizaram um estudo sobre o preconceito contra os aborígenes na Austrália, cujo objetivo foi verificar a relação entre o racismo moderno e o racismo evidente (originado por ativações de preconceito explícitas). Para esse efeito, os autores utilizaram uma adaptação da escala de racismo moderno proposta por Augoustinos, Ahrens e Innes (1994) e uma escala de racismo evidente proposta por Walker (1994), contra os aborígenes. Os resultados indicam que as duas dimensões investigadas de racismo (moderno e evidente) se mostram positivamente correlacionadas e ao mesmo tempo diferenciadas. O racismo moderno é maior ou mais expressivo na amostra do que o racismo evidente.

Vários estudos sobre o preconceito têm sido feitos ao longo dos anos de forma a tentar medir esta diferença entre atitudes implícitas e explícitas. A teoria do preconceito moderno surge precisamente desta necessidade empírica de medir as atitudes preconceituosas dos indivíduos, quando as normas sociais inibem as expressões abertas de preconceito (Lima e Vala, 2004). De acordo com o Modelo de Supressão e Justificação (JSM) de Crandall e Eshleman (2003), as pessoas enfrentam duas motivações concorrentes: (1) o impulso automático de aplicar avaliações estereotipadas rápidas e (2) a necessidade de suprimir quaisquer avaliações que pareçam inadequadas (Lowery, Hardin e Sinclair, 2001). Assim, avaliações estereotipadas, particularmente as negativas, são frequentemente suprimidas (Crandall e Eshleman, 2003). Por exemplo, a cultura moderna dos EUA indica uma forte antipatia por preconceitos não suprimidos e por aqueles que os exibem (Wang, Arndt, Singh, Biernat e Liu, 2013), sendo estes frequentemente descritos com termos negativos como "extremistas" ou "xenófobos". Assim, muitas pessoas trabalham para suprimir os seus preconceitos (King, Shapiro, Hebl, Singletary

e Turner, 2006). De acordo com este modelo, o preconceito em relação a um grupo ou indivíduo pode ser suprimido por várias razões, incluindo ideologias que promovem o liberalismo, humanitarismo e igualdade social; o desejo de manter uma autoimagem de não ter preconceitos; e normas sociais que promovem o “antipreconceito” ou o “politicamente correto” (Crandall e Eshleman, 2003). Este preconceito suprimido ou mais subtil é reconhecido como um processo normal que emergiu e foi perpetuado pela socialização e as normas sociais (Dovidio, 2001; Pereira, Torres, e Almeida, 2003).

Apesar de grande parte dos estudos nesta área ter sido realizada nos Estados Unidos, os resultados tendem a ser consistentes noutras partes do mundo. Por exemplo, um estudo realizado em Portugal por Vala, Pereira, Lima e Leyens (2012), sustenta esta linha de pensamento. Os autores usaram medidas implícitas para medir o tempo que pessoas brancas investiam para formar uma impressão sobre pessoas brancas e pessoas negras, como medida de discriminação racial implícita. O tempo, neste contexto, significa o grau de interesse, consideração e motivação pessoal investido numa pessoa-alvo para a formação de uma impressão. Como previsto pelos autores, os participantes brancos investiam mais tempo para formar uma impressão sobre o endogrupo (pessoas brancas) do que sobre o exogrupo (pessoas negras). O estudo mostrou que os participantes investiam mais tempo na atribuição de traços, quer negativos, quer positivos, às pessoas brancas do que às pessoas negras; e ainda, que atribuíam sempre mais traços positivos aos negros do que aos brancos e mais traços negativos aos brancos do que aos negros. Ou seja, num procedimento que não estava fora do seu controlo (a medida implícita do tempo investido) manifestavam enviesamento em favor do endogrupo, enquanto num procedimento que estava sob o seu controlo (a atribuição explícita de traços), manifestavam enviesamento em favor do exogrupo, suprimindo quaisquer avaliações que pudessem parecer inadequadas.

Assim, podemos dizer que, tal como nos Estados Unidos e noutros países, é norma em Portugal suprimir a maioria dos tipos de preconceito, embora eles não deixem de existir (Vala et al., 2015). Tendo em conta que existem vários tipos de preconceito e o modelo de processamento duplo engloba todos eles, é provável que o preconceito de sotaque siga a mesma direção de uma tendência de supressão. Por outro lado, também verificamos através de vários estudos apresentados, que a supressão do preconceito se confirma em diversos contextos. Sendo o contexto organizacional o nosso foco de investigação, estudaremos na próxima secção, os efeitos do preconceito de sotaque no contexto organizacional.

2.3. Contexto Organizacional

2.3.1. A evolução organizacional e os efeitos do Sotaque entre cliente-funcionário

As empresas têm influência direta sobre a atuação dos colaboradores junto dos consumidores, na medida em que estes as representam e devem seguir as suas linhas orientadoras. Estas interações (colaborar-consumidor) têm recebido atenção por parte dos investigadores; porém, pouco se tem estudado sobre o papel das “pistas sociais” (*social clues*) nestes contextos; ou seja, sobre as características que podem categorizar os colaboradores de linha da frente de uma empresa como pertencendo a determinados grupos sociais, e a influência destes indicadores sobre a interação colaborar-consumidor (Bizarrias e Brandão, 2016). Ao mesmo tempo, percebemos que estes estudos dedicados às interações entre colaboradores e consumidores partem do princípio que estas interações são processos conscientes. No entanto, ainda que as avaliações dos consumidores possam ser em grande parte ações deliberadas de julgamento e escolha, é natural que muitas avaliações e decisões sejam também realizadas por meio de mecanismos inconscientes, ou menos deliberados, conforme acontece com as pessoas em geral (Bechara et al., 1997), tal como sugere o modelo de processamento duplo (Greenwald, Poehlman, Uhlmann e Banaji, 2009).

As pistas sociais servem como estímulos que permitem às pessoas realizar avaliações de maneira automática (Dasgupta, 2009; Zaki, 2013). Isto parece ser especialmente proeminente quando situações de indesejabilidade social restringem as respostas conscientes das pessoas no papel de consumidores (Baker, 1986; Baker, Parasuraman, Grewal e Voss, 2002). Nestas situações, prevê-se que ocorram processos de avaliações deliberadas (conscientes) e menos deliberadas (inconscientes) por parte dos consumidores. Segundo Bizarrias e Brandão (2016), não se espera que os consumidores manifestem de maneira direta as suas avaliações negativas, por serem algo socialmente indesejável (sendo que suprimem então os preconceitos associados a essas avaliações), ou simplesmente por não serem capazes de aceder às suas avaliações inconscientes. Desta forma, Bizarrias e Brandão (2016) sugerem que o uso de medidas implícitas pode capturar avaliações divergentes das avaliadas por meio de medidas explícitas. Não quer dizer que sejam maneiras melhores de mensuração, mas sim complementares no estudo de fenómenos no âmbito do comportamento do consumidor. Sendo o sotaque uma destas pistas sociais e podendo contribuir para o desenvolvimento e a manutenção dos estereótipos sociais através da formação de um viés intergrupais, é importante estudar de que forma o preconceito de sotaque pode afetar as avaliações dos consumidores relativamente aos

funcionários. Verificando-se este preconceito numa determinada sociedade ou organização, os resultados da mesma podem ser significativamente afetados (Wang et al., 2013).

Por exemplo, DeShields e de los Santos (2000), fizeram uma investigação nos Estados Unidos onde concluíram que, para uma audiência americana, o vendedor mais influente é um indivíduo que representa o padrão para os Estados Unidos, ou seja, um vendedor com sotaque inglês-americano. Entre os participantes desta investigação nos EUA, os porta-vozes e os vendedores com sotaque mexicano ou grego foram vistos como menos inteligentes, menos honestos, menos credíveis e menos profissionais do que os seus colegas com sotaque americano padrão, refletindo-se em menores intenções de compra dos clientes (DeShields e de los Santos, 2000). Expandindo essa linha de investigação, Wang et al. (2013) sugerem a possível existência de vieses semelhantes baseados no sotaque em encontros de chamadas telefónicas. Conversar com um funcionário com sotaque não padrão pode evocar predisposições negativas no cliente sobre a competência e o profissionalismo desse funcionário e aumentar a antipatia do cliente (Wang et al., 2013). Estes vieses negativos podem ser ampliados pela aprendizagem cultural direta ou por conflitos entre grupos (Wang et al., 2013).

2.2.1 Estudos relacionados e limitações correntes

A maioria das investigações realizadas sobre o preconceito de linguagem nas organizações tem sido levada a cabo nos Estados Unidos da América (ex.: Deprez-Sims e Morris, 2010; Hansen e Dovidio, 2016; Mai e Hoffmann, 2014; Nelson, Signorella, e Botti, 2016; Nguyen, 2010; Rakić et al., 2011), num contexto social que possui, por si só, complexidades e dinâmicas sociais que diferem daquelas que temos na Europa, e em Portugal em particular. Ainda assim, estes estudos têm uma relevância abrangente, não só porque é provável que muitos dos resultados sejam replicáveis noutros contextos, mas também porque ilustram diversas formas pelas quais o fenómeno do preconceito de sotaque num ambiente organizacional pode ser estudado; por exemplo, no que toca a potencial de promoção, entrevistas de emprego, avaliação de competências, entre outros.

Nos Estados Unidos, Nguyen (2010) utilizou uma abordagem relacionada ao recrutamento, em que as variáveis dependentes diziam respeito à decisão de contratar (por ex.: adequação ao emprego ou potencial de promoção). O estudo deu ênfase às percepções de indivíduos com sotaque espanhol (não padrão) e inglês americano (padrão), e verificou que o potencial de promoção é afetado pelo preconceito de sotaque. Embora não tenha encontrado resultados significativos na categoria de decisão de contratação, o autor descobriu que havia diferenças

significativas entre os dois grupos em relação à adequação ao trabalho e ao potencial de promoção: num cenário hipotético relativo a um trabalho de engenharia de software, o candidato com sotaque espanhol era considerado menos adequado para o trabalho e considerado menos provável de ser promovido a uma posição de gerência do que o candidato com sotaque inglês-americano padrão. Nguyen, (2010) descobriu ainda que o candidato com sotaque espanhol era considerado menos competente do que o candidato com sotaque americano. Outro estudo semelhante realizado nos Estados Unidos foi o de Nelson et al., (2016) onde alunos da faculdade ouviam quatro gravações de atores a ler alguns parágrafos de um artigo do *The New York Times* sobre as alterações climáticas. O estudo constatou que indivíduos com sotaque não padrão (neste caso, inglês espanhol) eram avaliados como menos competentes, em termos de comunicação e conhecimento, do que indivíduos com sotaque padrão (inglês americano), validando os resultados obtidos por (Nguyen, 2010).

Na Europa, Rakić et al. (2011) estudaram o efeito de sotaques, neste caso regionais, num cenário de entrevista de emprego, usando sotaque alemão padrão versus três sotaques alemães regionais (saxão, bávaro e de Berlim), testando a competência percebida e o potencial de contratação para cada um dos sotaques. Conforme previsto pelos autores, o indivíduo com sotaque alemão padrão foi classificado como mais competente e com um maior potencial de contratação do que os sotaques regionais alemães, confirmando a discriminação com base no uso do idioma. Também Bradac (1990, cit. em Fiske, Cuddy, Glick, e Xu, 2002) descobriu que indivíduos com sotaque escocês na Grã-Bretanha são vistos como amigáveis, mas menos competentes que indivíduos com sotaque padrão. Outro estudo importante foi a recente investigação de Kim, Roberson, Russo e Briganti (2019), onde quiseram analisar os efeitos da diversidade linguística na dinâmica intra-organizacional. Os autores descobriram que quando funcionários com sotaque padrão e funcionários com sotaque não padrão interagem uns com os outros, os funcionários com sotaque não padrão experienciam ameaças estereotipadas, ansiedade, fadiga, perda de estatuto, emoções negativas e evitam orientações para objetivos.

Seguindo os estudos acima, parece plausível assumir que em Portugal também existirá algum tipo de preconceito de sotaque no meio organizacional. Alguns autores tentaram investigar este paradigma. Por exemplo, Santos (2013) fez uma investigação com a participação de 33 imigrantes brasileiros em Portugal, onde enfocou as práticas discriminatórias percebidas pelo povo português em relação aos imigrantes brasileiros. Relativamente aos juízos no local de trabalho, ou seja, a justiça entre os colegas de trabalho, incluindo atitudes como consideração ou cortesia pelos superiores (Bies e Moag, 1986, cit. em Santos, 2013), o autor descobriu que 50% dos participantes afirma que existe injustiça, usando termos como “discriminação /

humilhação” e afirmando que “o tratamento dos empregados brasileiros e dos empregados portugueses pelos seus superiores é diferente” (pp. 68). Também Silveira (2016) fez uma investigação que visava compreender se diferentes relações intergrupais são expressas em distintos tipos de preconceito linguístico, com foco nas relações intergrupais num contexto organizacional e com base no modelo *Stereotype Content Model* (Mai e Hoffmann, 2014). Silveira (2016), concluiu que, em Portugal, o sotaque também está relacionado com o potencial de promoção, sendo que as pessoas com o sotaque português tinham um potencial para serem promovidas marginalmente mais alto que as pessoas com sotaque brasileiro.

Como enunciado acima, existem várias pesquisas sobre o preconceito da linguagem em diferentes contextos, mas, que tenhamos conhecimento, até à data, nenhum destes estudou a possível existência de preconceito de sotaque em Portugal, na relação cliente-funcionário. Mais ainda, não parecem existir estudos que investiguem se o preconceito de sotaque, no contexto anunciado, tem origem em atitudes implícitas ou explícitas. Neste sentido, carecem estudos que enfatizem a questão do preconceito de sotaque estar presente, pela ótica do cliente, sem este ter a consciência de o ter. Ou seja, não só perceber se o cliente diz ser a favor ou contra a discriminação de indivíduos com sotaque não padrão (em particular, os funcionários que lhe poderão prestar serviços), mas também analisar se os que afirmam não ser a favor desta discriminação, o mostram na prática.

Dada a falta de pesquisas nesse campo no continente europeu e, principalmente em Portugal, Silveira (2016) reforça a importância das informações e contribuições que estudos sobre o preconceito de sotaque na relação cliente-funcionário podem trazer sobre o estado atual das relações entre grupos em Portugal.

3. METODOLOGIA

Neste capítulo serão apresentadas as hipóteses e questões de investigação derivadas da literatura dos capítulos anteriores. De seguida, será explicado e justificado a abordagem da investigação, o seu *design*, o método da seleção de sotaques, as perguntas utilizadas e as respetivas escalas e, finalmente, serão especificados os procedimentos adotados para recolher e analisar os dados.

3.1 Hipóteses e Questões de investigação

Dada a falta de investigação no domínio das influências sociais sobre a escolha do consumidor, especialmente no continente europeu, espera-se que este estudo possa revelar informações importantes e inovadoras sobre o impacto do sotaque do funcionário nas consequentes atitudes dos consumidores, em Portugal. A principal questão de investigação desta tese consiste em perceber se em Portugal, a escolha do consumidor é influenciada pelo sotaque (padrão ou não padrão) do prestador de serviços. De uma forma mais específica, esta tese visa compreender se as relações intergrupais são expressas em preconceitos linguísticos, com destaque para as relações intergrupais num contexto comercial e organizacional.

Tendo em conta a afirmação de Turban e Jones (1988, cit. em Deprez-Sims et al., 2010), baseada na teoria da identidade social, de que os indivíduos tendem a avaliar as pessoas que lhes são semelhantes de uma forma mais positiva do que as pessoas que são vistas como diferentes, bem como o mecanismo de favoritismo do endogrupo da teoria da identidade social (Tajfel e Turner, 1986), espera-se que um orador português com sotaque nativo seja sempre avaliado de forma mais positiva (por ouvintes nativos) que um orador com sotaque estrangeiro. Neste caso, o sotaque escolhido (e justificado numa secção posterior) foi o sotaque angolano. Sendo que a análise visa ser feita num contexto comercial e se torna particularmente relevante que o orador com sotaque estrangeiro represente um funcionário, o orador passa, a partir de agora, a ser referido como funcionário. Segundo Cuddy et al. (2009), pode assumir-se que qualquer aspeto relacionado com o trabalho deve estar ligado a perceções de qualificações. Posto isto, utilizámos as qualificações sugeridas no estudo de Cuddy et al. (2009) – competência, calor, estatuto e ética - para medir a perceção dos participantes relativamente a cada um dos funcionários. Assim, esperava-se que o funcionário com sotaque português fosse percecionado de forma mais positiva do que o funcionário com sotaque angolano nas seguintes qualificações:

H1a: Um funcionário com sotaque padrão (português) é percebido como mais competente do que um funcionário com sotaque não padrão (angolano).

H1b: Um funcionário com sotaque padrão (português) é percebido como tendo um estatuto mais elevado que um funcionário com sotaque não padrão (angolano).

H1c: Um funcionário com sotaque padrão (português) é percebido como sendo mais caloroso do que um funcionário com sotaque não padrão (angolano).

H1d: Um funcionário com sotaque padrão (português) é percebido como mais ético do que um funcionário com sotaque não padrão (angolano).

Uma vez que DeShields e de los Santos (2000), descobriram, através da sua investigação que, para uma audiência americana, o vendedor mais influente é um indivíduo que representa o padrão para os Estados Unidos, ou seja, um vendedor com sotaque inglês-americano, é plausível assumir que o mesmo se pode suceder em Portugal. Assim, prevê-se que:

H2a: Um funcionário com sotaque padrão (português) é preferencialmente escolhido para ser contratado, em comparação com um funcionário com sotaque não padrão (angolano).

Considerando que a uma perceção mais baixa de qualificações de um funcionário pode ser relacionada a uma qualificação para um segmento mais baixo e que, a uma perceção de qualificações mais alta se pode relacionar a uma qualificação para um segmento mais alto, ou de luxo, é possível prever-se que existam também diferenças na perceção da qualificação dos funcionários, para os diferentes segmentos, consoante o seu sotaque:

H2b: Um funcionário com sotaque padrão (português) é entendido como sendo mais qualificado para um segmento de luxo que um funcionário com sotaque não padrão (angolano).

H2c: Um funcionário com sotaque não padrão (angolano) é entendido como sendo mais qualificado para um segmento baixo que um funcionário com sotaque padrão (português).

Até aqui as hipóteses de investigação foram formuladas para serem avaliadas por via de medidas implícitas, sendo estas inconscientes e inacessíveis ao participante (Pantos e Perkins, 2012). Neste sentido, a segunda parte do estudo diz respeito a questões de investigação, onde a preferência dos participantes passa a ser reportada e avaliada (por via de medidas explícitas), de forma consciente e por meio de processamento cognitivo controlado adicional (Gyurak et al., 2011).

Assim, com base no Modelo da identidade endogrupal comum (Dovidio et al., 2016; Gaertner e Dovidio, 2000) que procura examinar as representações identitárias inclusivas (i.e., grupo único e dupla identidade), pretendia-se investigar até que ponto os participantes se sentem como um grupo único, criando uma identidade mais inclusiva, um “nós” que inclui o endogrupo

original (portugueses, representando o sotaque nativo) e o exogrupo (imigrantes ou estrangeiros, representando o sotaque não nativo) numa única categoria (Dovidio et al., 1993); ou através de uma representação mais complexa de dupla identidade (ex., pessoas com sotaque padrão e sotaque não padrão) em que as identidades subgrupais originais estão salientes, como parte integrante de uma categoria supraordenada mais inclusiva (Dovidio et al., 2009, 2016).

Assim, pretende-se responder às seguintes questões:

Q1: Em que medida a população portuguesa se sente como um único grupo (portugueses mais imigrantes) de residentes em Portugal?

Q2: Em que medida a população portuguesa se sente como dois subgrupos de um grupo (portugueses mais imigrantes) de residentes em Portugal (portugueses vs. imigrantes)?

No sentido oposto, utilizamos o conceito de Autoctonia para apoiar a nossa terceira questão, de forma a perceber até que ponto a população portuguesa faz uma diferença entre portugueses e imigrantes, sendo este um termo reservado aos grupos dominantes (neste caso, os portugueses), pois proporciona o sentimento de “direito de propriedade” aos primeiros habitantes do país (Martinovic e Verkuyten, 2013).

Q3: Qual o nível de autoctonia da população portuguesa?

Seguindo a lógica da avaliação reportada e consciente dos participantes, e sendo que, neste caso, as questões comparam diretamente os dois sotaques, a seguinte questão foi formulada:

Q4: Em que medida a população portuguesa indica ter preferência pelo contacto direto ou atendimento por um funcionário com sotaque português ou por um funcionário com sotaque estrangeiro?

3.2 Abordagem e investigação

Dados os objetivos do estudo, foi adotada uma abordagem quantitativa. A análise quantitativa é um método de pesquisa que trabalha com indicadores numéricos e segue critérios estatísticos nas avaliações (Gomes, 2013). Este método é apropriado para medir atitudes e preferências (Gomes, 2013). Por forma a dar resposta às hipóteses que propusemos testar, foi adotada uma metodologia experimental. Esta metodologia consiste em medir o efeito de duas ou mais condições diferentes sobre os participantes da investigação. As condições são manipuladas de forma controlada, de modo a tentar garantir que quaisquer diferenças de atitude ou comportamento resultam apenas dessa mesma manipulação. Assim, o objetivo é manter as condições semelhantes, alterando apenas as variáveis independentes que são objeto de estudo (Keppel e Wickens, 2004), neste caso, o sotaque. As vantagens desta metodologia são o simples

e rigoroso controlo das variáveis independentes, permitindo determinar facilmente a relação causa-efeito e, desta forma, elaborar conclusões.

De seguida, é explicada a forma como esta metodologia foi aplicada, nomeadamente o *design* da investigação, as manipulações utilizadas (variáveis independentes) e o seu processo de seleção, as variáveis dependentes, a amostra, as perguntas e as respetivas medições de escalas, o desenho do pré-teste e ainda o procedimento da posterior análise de dados.

3.3 Design da investigação

A recolha de dados foi feita através da implementação de um questionário baseado na literatura desenvolvida. O questionário dividiu-se em duas partes principais: um estudo experimental e um estudo descritivo. Entre as duas partes foi criado um bloco de perguntas de despiste, para que os participantes não fizessem uma ligação entre as duas partes (reais) do estudo. As respostas deste bloco, que será explicado mais a baixo, não são tidas em consideração para os resultados do estudo. Na introdução, os participantes foram informados que o questionário seria dividido em 3 estudos distintos, de forma a não suspeitarem do objetivo real da investigação e da relação entre o estudo experimental e o estudo descritivo.

O estudo experimental tinha como objetivo analisar se o sotaque de um funcionário, num cenário de prestação de serviço, e sem saber nada sobre ele, impacta as avaliações feitas sobre o mesmo. A investigação seguiu o formato de 2 x 1 (sotaque padrão *vs* sotaque não padrão, entre sujeitos). Assim, foram criadas duas condições em que tudo era exatamente igual, exceto o sotaque do suposto funcionário. Uma vez que o preconceito é um tema sensível e propenso a resultados tendenciosos (Charness, Gneezy e Kuhn, 2012), o uso de uma metodologia experimental tornou-se fulcral, uma vez que as condições foram manipuladas de forma controlada, de modo a tentar garantir que quaisquer diferenças de atitude ou comportamento dos participantes resultaram apenas da manipulação do sotaque.

Assim, foi dito aos participantes para imaginarem que queriam vender a sua casa. O caso que o participante tinha de avaliar dizia respeito a um funcionário do ramo imobiliário que estava a apresentar o seu serviço. Os participantes foram informados que iriam ouvir uma de várias gravações que tínhamos recolhido de diferentes funcionários, para se abstrair das distintas características da mensagem (como o volume, tom de voz, som de fundo) e que tentassem responder de forma mais realista possível. De seguida, o participante ouvia um ficheiro áudio que consistia num guião gravado (anexo A) no qual o funcionário apresentava os argumentos pelos quais acreditava que seria a pessoa indicada para vender a sua casa.

Existiam duas gravações finais que representam as duas condições e variavam apenas no sotaque, mantendo o conteúdo e duração igual. Uma gravação foi feita por um orador com sotaque padrão (português) e a outra gravação por um orador com sotaque não padrão (angolano). Todos os participantes foram aleatoriamente atribuídos a uma das duas condições. Após ouvir a gravação, o participante era direcionado para o primeiro grupo de perguntas, onde lhe era pedido que avaliasse as características individuais percebidas sobre o alvo (por exemplo, competência, calor, ética, estatuto) e qual a sua intenção de o contratar. A seguir a responder a estas questões, o participante foi direcionado para o bloco de perguntas de despiste, as quais foram apresentadas como sendo um segundo estudo. Nesta secção, o participante foi convidado a responder a 4 perguntas relativamente aos hábitos desportivos da população, de forma a camuflar o verdadeiro propósito da investigação e diluir a saliência do áudio do pensamento dos participantes.

De seguida, foi apresentado ao participante o terceiro bloco de perguntas, relativamente ao estudo descritivo, onde o participante volta ao objetivo real da investigação, onde lhe era pedido para responder a algumas declarações sobre sentimentos e opiniões relativamente aos imigrantes em Portugal (nível de representação de grupo único, de dupla identidade e de autoctonia). Neste bloco de perguntas, foi lhes também interrogado se preferiam ser atendidos por um funcionário de nacionalidade portuguesa em comparação com um funcionário com nacionalidade estrangeira e se teriam preferência na audição de um sotaque nativo em comparação com um sotaque estrangeiro. Após a duas partes principais do estudo e o bloco de perguntas entre as duas, os participantes preencheram a sua própria informação sociodemográfica, juntamente com questões relativas à sua situação profissional. Foi lhes também interrogado qual pensariam ser a finalidade do estudo, de forma a sondar quaisquer suspeitas sobre o verdadeiro propósito do estudo.

Uma vez que a exatidão dos resultados estava diretamente relacionada com o funcionamento e atenção à gravação áudio, foi introduzida uma questão no fim do questionário sobre o género do funcionário que teriam ouvido no início do estudo. As duas pessoas selecionadas para gravar os áudios eram do sexo feminino e uma vez que utilizaram adjetivos femininos no guião do áudio, esta pergunta era de cariz eliminatório para os participantes que não respondiam corretamente, por não terem o som do áudio ligado ou por simplesmente não estarem a ouvir atentamente.

Para finalizar, foi também perguntado aos participantes qual pensariam ser a origem da pessoa que ouviram no início do questionário, de modo a perceber se reconheceram a existência de um sotaque não nativo. Estas duas últimas perguntas de avaliação da atenção do participante

foram introduzidas no final do questionário de forma a não influenciarem as respostas ou a percepção dos participantes da nossa intenção de estudo.

3.4 Seleção de sotaques

A seleção do sotaque português não padrão teve como base o estudo de Silveira (2016), onde foram selecionadas oito nacionalidades diferentes representativas de grupos de migrantes comuns em Portugal (britânicos, alemães, ucranianos, chineses, brasileiros, angolanos, italianos e franceses) para se analisar quais os grupos em relação aos quais os portugueses se consideram mais diferentes, relativamente às dimensões de Competência, Calor, Ética e Estatuto (as dimensões mais habituais para a avaliação de estereótipos percebidos na literatura psicológica social (ver também (Cuddy et al., 2009; Leach, Ellemers e Barreto, 2007)). O sotaque escolhido foi o angolano, tendo em conta que os resultados de (Silveira, 2016) mostram que o grupo é visto como diferente dos portugueses nas quatro variáveis. Para o sotaque padrão foi escolhido um sotaque português nativo, especificamente da região de Lisboa e Vale do Tejo.

Na pesquisa sociolinguística clássica (por exemplo, Giles e Powesland, 1980) era utilizada normalmente uma técnica de disfarce, em que o mesmo orador imitava sotaques diferentes. No entanto, pesquisas mais recentes recomendam o uso de oradores nativos, de forma a aumentar o realismo e a credibilidade dos áudios, e a consequente confiabilidade dos resultados (Stockwell, 2002). Nesse sentido, duas pessoas com sotaques genuínos foram escolhidas para desempenhar o papel de funcionária na gravação do áudio, uma com sotaque português nativo e outra com sotaque angolano (uma cidadã angolana residente em Portugal). Ambas do sexo feminino e com vozes semelhantes, sendo convidadas a manter uma voz neutra (nem feliz nem triste) durante a leitura do guião na gravação (Wang et al., 2013). Diferentes versões de cada sotaque foram cuidadosamente analisadas em termos do ritmo da conversa, entoações da fala, tom e intensidade. A professora Elizabeth Colins, diretora de investigação do departamento de psicologia do Instituto universitário de Lisboa, analisou as gravações para garantir a similaridade da clareza dos oradores.

3.5 Participantes e Recolha de Dados

Um total de 447 participantes começaram por responder ao estudo principal. Destes, 64 foram excluídos, deixando um total 383 respostas contabilizadas. Foram eliminadas 40 respostas com base nas duas questões colocadas no questionário para testar a atenção do participante e a

eficácia do teste (que serão analisadas em pormenor na secção dos resultados). A primeira questão referia-se à nomeação do género do orador do áudio, tendo sido eliminados os participantes que não identificaram o orador como sendo do sexo feminino; e a segunda à identificação da origem que associaram ser do orador do áudio, tendo sido eliminados os participantes que não identificaram a origem do orador como sendo português ou estrangeiro, respetivamente. As restantes 24 respostas foram eliminadas com base no tempo de resposta. Uma vez que é um estudo sobre perceções e preconceito, era necessário garantir respostas espontâneas de forma a poderem ser consideradas como válidas. Tendo em conta que o questionário demoraria, em situações normais, não mais do que quinze minutos, e de forma a dar uma considerável margem para os participantes mais idosos e os participantes que necessitassem de mais tempo (por exemplo, para por o áudio a funcionar), foram eliminadas as respostas dos participantes que demoraram mais de uma hora a responder ao questionário.

Os dados foram recolhidos por meio de um questionário de autopreenchimento, utilizando o *software Qualtrics*. A amostra da investigação baseou-se no método da amostra de conveniência, sendo a distribuição do questionário feita através de várias fontes, incluindo redes sociais, contactos pessoais e redes online profissionais, entre 22 de abril e 31 de maio. Nos últimos anos, as pesquisas baseadas em questionários online têm surgido como instrumentos muito eficazes para a recolha de dados, permitindo uma partilha direta do link/site onde o questionário se encontra (Ruel, Wagner e Gillespie, 2018). Este método de recolha de dados permite que os participantes abram o questionário de forma rápida e gratuita, no momento mais conveniente para responder (Burns, Veeck e Bush, 2017).

3.6 Perguntas e medição de escalas

Os dados recolhidos basearam-se principalmente em conceitos multidimensionais (*Avaliação de qualificações do funcionário; Intenção de contratar; Perceção sobre imigrantes em Portugal; Preferências de atendimento*) utilizados e validados em outras investigações (ver quadro 3.1). Um conceito multidimensional é aquele que combina múltiplos constructos ou atributos singulares de um objeto para compor um novo, apenas pela combinação de múltiplas questões que medem conceitos singulares relacionados com este conceito composto (Ruel et al., 2018).

Assim, a avaliação das qualificações do funcionário foi medida com base em quatro indicadores: os três primeiros (competência, calor, estatuto) desenvolvidos por Cuddy et al. (2009) e o quarto (ética) desenvolvido por e Leach et al. (2007), mas também utilizado por

Cuddy et al. (2009). Foi utilizada uma escala Likert de 5 pontos, em que 1 correspondia a “nada” e 5 correspondia a “extremamente”. Assim, analisaram-se estes quatro indicadores com a mesma estrutura (ex.: ‘Com base no áudio que ouviu, indique até que ponto considera que o funcionário em questão é competente.’).

Quadro 3. 1 - Perguntas e medição de escalas da Avaliação de qualificações do funcionário.

Conceito	Indicador	Item		Fonte
Avaliação de qualificações do funcionário	Competência	Com base no áudio que ouviu, indique até que ponto considera que o funcionário em questão é: (...)	(...) competente	<i>Cuddy et al., 2009</i>
			(...) profissional	
	Calor		(...) amigável	
			(...) simpático	
	Ética		(...) honesto	
			(...) de confiança	
	Estatuto		(...) bem-sucedido	<i>Leach e Barreto, 2007</i>
			(...) instruído	

De seguida mediu-se a intenção de contratar o funcionário, tendo como base o estudo de Livingston, Schilpzand e Erez (2014) para a *intenção de contratar o serviço*, e uma adaptação do mesmo modelo de perguntas para a *intenção de contratar consoante o segmento*. Para isso, utilizaram-se cinco itens (ex.: ‘Acredito que este funcionário é a pessoa certa para vender a minha casa.’, ‘Se a minha casa for do segmento de luxo eu mais provavelmente contratarei este funcionário.’) medidos numa escala de cinco pontos de Likert, onde o 1 correspondia a “discordo totalmente” e 5 a “concordo totalmente”. As perguntas para medir o indicador da intenção de contratar podem ser encontradas no quadro 3.2.

Quadro 3. 2 - Perguntas e medição de escalas da Intenção de contratar.

Conceito	Indicador	Item	Fonte
Intenção de contratar...	...o serviço	Acredito que este funcionário é a pessoa certa para vender a minha casa.	<i>Livingston et al. (2014)</i>
		Eu contrataria este funcionário para ficar encarregue de vender a minha casa.	
		Eu provavelmente contratarei uma pessoa melhor para vender a minha casa.	
	...consoante o segmento	Se a minha casa for do segmento de luxo eu mais provavelmente contratarei este funcionário.	<i>Elaboração própria</i>
		Se a minha casa for de um segmento mais baixo eu mais provavelmente contratarei este funcionário.	

A Perceção sobre imigrantes em Portugal foi também dividida em duas partes. Na primeira parte, a perceção sobre imigrantes foi medida utilizando três indicadores: Representação identitária de grupo único; Representação dupla identidade; Autoctonia. Os três foram avaliados numa escala de cinco pontos de Likert, onde o 1 correspondia a “discordo completamente” e 5 a “concordo completamente”.

- 1) *Representação identitária de grupo único* foi medida através de dois itens desenvolvidos por Gaertner, Mann, Murrell e Dovidio (1989); Guerra, Gaertner, António e Deegan (2015) posteriormente adaptados e avaliados na escala anunciada (ex.: ‘Quando penso em imigrantes e nos Portugueses vejo-nos como: um grupo de Portugueses.’)
- 2) *Representação de dupla identidade* foi também medida através de dois itens, neste caso, com base nos estudos de Verkuyten, Martinovic e Smeekes (2014). O género das perguntas é semelhante ao das perguntas da Representação identitária de grupo único, mas com uma divisão dos subgrupos (ex.: ‘Por causa das nossas diferentes

origens, sinto que somos grupos distintos, apesar de sermos um país e termos que trabalhar em conjunto.’).

- 3) *Autoctonia* foi medida através de três itens, todos eles referindo o conceito de “direito de propriedade” enunciado na literatura de Martinovic e Verkuyten (2013) e de onde foram retirados e adaptados os itens utilizados (ex.: ‘Os Portugueses nativos devem ter mais direitos que as minorias imigrantes, porque estavam aqui primeiro.’).

Os três indicadores e os seus respetivos itens podem ser encontrados no quadro 3.3.

Quadro 3.3 - Perguntas e medição de escalas da Perceção sobre imigrantes em Portugal.

Conceito	Indicador	Item	Fonte	
Perceção sobre imigrantes em Portugal	Representação identitária de grupo único	Quando penso em imigrantes e nos Portugueses vejo-nos como: um grupo de Portugueses.	<i>Gaertner, Mann, Murrell e Dovidio (1989); Guerra, Gaertner, António e Deegan (2015)</i>	
		Embora Portugal seja uma sociedade diversa, sinto que todos nós pertencemos a uma comunidade.		
	Representação dupla identidade	Todos os grupos em conjunto fazem a sociedade Portuguesa, mas somos grupos diferentes pelas nossas diferenças culturais.		<i>Verkuyten, Martinovic e Smeekes (2014)</i>
		Por causa das nossas diferentes origens, sinto que somos grupos distintos, apesar de sermos um país e termos que trabalhar em conjunto.		
	Autoctonia	Cada país pertence aos seus habitantes originais.		

		Os habitantes originais de cada país têm mais direito em definir as ‘regras do jogo’.	<i>Martinovic e Verkuyten (2013)</i>
		Os Portugueses nativos devem ter mais direitos que as minorias imigrantes, porque estavam aqui primeiro.	

Por último, pretendia-se medir diretamente se existia uma preferência da população portuguesa sobre o atendimento e contacto direto por um funcionário português em comparação com um funcionário estrangeiro, no âmbito comercial, através de 2 questões de elaboração própria. Tal como na primeira parte, este item foi avaliado numa escala de cinco pontos de Likert, onde o 1 correspondia a “discordo totalmente” e 5 a “concordo totalmente”.

Quadro 3. 4 - Perguntas e medição de escalas da preferência no contacto e sotaque.

Conceito	Indicador	Item	Fonte
Preferência...	...do contacto	Prefiro ser atendido por um funcionário português que por um imigrante.	<i>Elaboração própria</i>
	...do sotaque	Prefiro ser atendido por um funcionário português que por um imigrante.	

Os participantes foram também solicitados a preencher as suas informações demográficas através de perguntas fechadas (com opções de resposta predeterminadas), sobre Género, Idade, Habilitações académicas, Nacionalidade, Naturalidade, Situação profissional, Escalões de rendimento.

Por fim, foi questionado aos entrevistados através de uma pergunta aberta a Finalidade do estudo em que estavam a participar e através de uma pergunta fechada, o Género e a Origem da pessoa que ouviram no áudio. O questionário completo pode ser encontrado no anexo A.

3.7 Pré-Teste

Após a construção do questionário, foi realizado um pré-teste, entregando o questionário a uma amostra de conveniência de nove pessoas. O pré-teste teve como objetivo perceber se a estrutura do questionário estava feita de maneira suficientemente sutil, de forma a não ser entendido *a priori* como um estudo sobre preconceito, e se as perguntas de despiste cumpriam o seu propósito. O objetivo destas perguntas de despiste era desviar a atenção dos participantes do real foco do estudo, para que não os desmotivasse de participar e/ou os fizesse alterar algumas das suas respostas.

Assim, foi pedido aos participantes do pré-teste que descrevessem a sua interpretação acerca do estudo de forma a perceber se entendiam o que estava a ser investigado. Nenhum dos participantes do pré-teste identificou os supostos três estudos distintos como um só, nem levantou suspeitas sobre as perguntas de despiste, o que validou o *design* do teste. Todos os participantes consideraram as perguntas claras e perceptíveis e confirmaram que o áudio estava a funcionar na sua totalidade. Por fim, foi-lhes dada a possibilidade de apresentarem sugestões, mas nenhum dos participantes o fez.

4. RESULTADOS

Neste capítulo são apresentados os resultados obtidos com o desenvolvimento do estudo e o procedimento utilizado para a sua análise. Em primeiro lugar são descritos e justificados quais os testes e análises que foram utilizados. Em segundo lugar são expostos os *manipulation-checks* que permitiram validar que o efeito produzido pelo procedimento experimental foi o desejado e esperado. Em terceiro lugar caracteriza-se a amostra do estudo de forma detalhada, tendo por base as respostas válidas para o estudo. Por último, são apresentados os resultados obtidos que permitem validar, ou não, as hipóteses formuladas e as questões de pesquisa desenvolvidas anteriormente.

4.1 Procedimento e Análise Quantitativa de Dados

Os dados recolhidos no questionário foram submetidos a uma análise estatística utilizando o software *IBM SPSS - Statistical Program for Social Sciences v.26*. Para introduzir a análise estatística, foi realizada uma análise descritiva de todas as variáveis, usando gráficos de pizza e de barras. Considerando que para prosseguir com a análise foi necessário combinar vários itens para criar os indicadores necessários, análises internas de confiabilidade foram realizadas através do *Alpha* de *Cronbach*. Após confirmação da confiabilidade dos itens, foram realizadas as análises das questões da pesquisa e testes de hipóteses.

Para prosseguir com as análises apropriadas, em primeiro lugar, de forma a estudar-se as diversas hipóteses em estudo, ou seja, analisar possíveis diferenças estatisticamente significativas entre as percepções de cada qualificação estudada (*Competência, Calor, Ética e, Estatuto*), individualmente, nos diferentes funcionários (sotaque português vs. sotaque angolano), recorreu-se a um teste paramétrico para duas amostras independentes, mais especificamente, o teste *T-Student* para amostras independentes. O *T-Student* é um teste paramétrico que serve para comparar médias populacionais a partir de uma ou duas amostras independentes e é utilizado (adequadamente) quando os seus pressupostos (variável dependente quantitativa; amostras independentes; variável dependente com distribuição normal; existência de homogeneidade de variâncias) são verificados previamente (Marôco, 2011). Caso algum dos diversos pressupostos fosse violado, seria utilizado o seu teste alternativo; neste caso, o teste não paramétrico para apenas duas amostras independentes, o *Wilcoxon Mann-Whitney*. De igual modo, de forma a ser viável testar possíveis diferenças estatisticamente significativas na *Intenção de Contratar* os diferentes funcionários (sotaque português vs. sotaque angolano),

recorreu-se ao teste *T-Student* para amostras independentes. Caso algum dos seus pressupostos não fosse validado, seria necessário utilizar-se o teste não paramétrico *Wilcoxon Mann-Whitney*. O mesmo processo de escolha do teste estatístico mais apropriado foi utilizado para testar possíveis diferenças estatisticamente significativas ao nível da perceção da Qualificação dos funcionários para cada um dos diferentes segmentos (luxo; baixo).

Por fim, de forma a medir diretamente tanto as preferências dos participantes no atendimento e contacto direto por parte de funcionários portugueses ou imigrantes, como a perceção dos participantes sobre imigrantes em Portugal, foi realizada uma análise de estatística descritiva às variáveis das mesmas: *Preferência para Atendimento e Contacto Direto*; *Representação identitária de grupo único*; *Representação dupla identidade*; *Autoctonia*. Em todas as hipóteses testadas, foi assumido um intervalo de confiança (λ) de 95%, sendo considerado um nível de significância (α) de 0,05.

4.2 Validação dos participantes

Interessava-nos assegurar, por um lado, que os participantes tinham prestado atenção e, por outro, que a manipulação tinha funcionado. Assim, com o objetivo de avaliar a eficácia dos testes da parte experimental, foi utilizado um item para cada uma das condições. Para medir a atenção dos participantes, foi-lhes pedido que indicassem o género do orador do áudio. Sendo esta questão de cariz eliminatório, de forma a posteriormente analisarmos apenas respostas válidas para o estudo, os 7 participantes que não reconheceram o género do orador foram excluídos da análise. Por outro lado, um item foi usado para validar a manipulação do sotaque dos funcionários. Os participantes foram solicitados a identificar qual a origem do candidato, de forma a testar a sua perceção do mesmo enquanto padrão ou não padrão. Para tal, foi questionado aos participantes a origem do orador do áudio. Quanto à distribuição desses dados entre as condições, 4 participantes não identificaram o sotaque do orador com sotaque padrão como sendo de Portugal e, como tal, foram eliminados, e 29 participantes não conseguiram identificar o sotaque do orador com sotaque angolano como sendo estrangeiro, tendo também eliminados. Ambas as perguntas de triagem foram feitas no fim do questionário, de forma a não poderem influenciar as respostas dos inquiridos. Assim, dos 447 participantes iniciais, 64 foram eliminados, deixando um total de 383 respostas válidas.

4.3 Caracterização da amostra

Da amostra final (383 participantes), 65,3% dos participantes eram do sexo feminino e 34,7% eram do sexo masculino (figura 4.1). Relativamente à idade, é possível observar uma distribuição por todas as gerações compreendidas a partir dos 18 anos (Figura 4.2). A geração Z (18-24 anos) representa 41,3% da amostra; a geração Y (25-39 anos) representa 25,3% da amostra; a geração X (40-54 anos) representa 20,1% da amostra; a geração Baby Boomers (55-69 anos) representa 11,2%; e os restantes participantes da ultima categoria que engloba todas as idades a partir dos 70 anos, representando 2,1% da amostra.

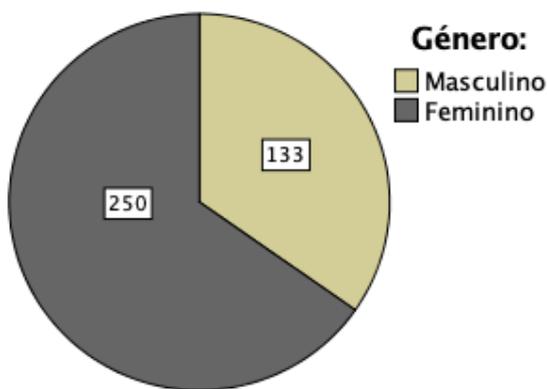


Figura 4. 1 – Género

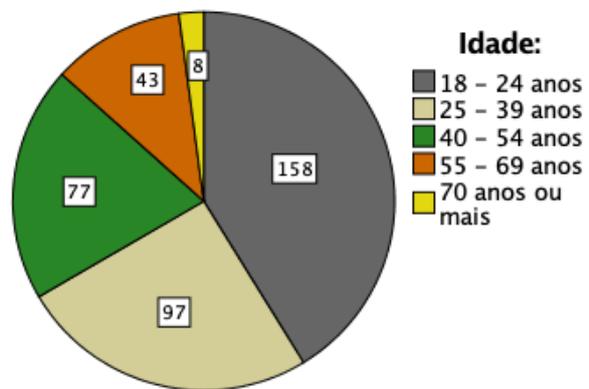


Figura 4. 2 - Idade

Relativamente às habilitações académicas, a amostra foi composta principalmente por pessoas com nível de ensino superior (78%), das quais 46,7% possuíam uma licenciatura; 9,7% pós-graduação; 21,1% mestrado; e 0,5% doutoramento. Por outro lado, 1,6% dos participantes tinha como habilitação académica o 2º/3º ciclo (5º-9ºano); e 19,6% o grau de secundário (10º-12º ano) (figura 4.4). Na figura 4.3 podemos observar a situação profissional dos participantes, sendo que os estudantes representam 20,9% da amostra; trabalhadores por conta de outrem representam 55,9%; trabalhadores por conta própria representam 12,3%; desempregados representam 2,3%; reformados representam 5,7% e outra situação profissional representa 2,9%. Por último, quanto à remuneração mensal, 8,1% tem como remuneração mensal (bruta) até 699€; 13,8% da amostra entre 700€ e 899€; 49,8% entre 900€ e 1999€; 20,8% entre 2000€ e 3999€; 7,4% representa os que tem como remuneração 4000€ (figura 4.5).

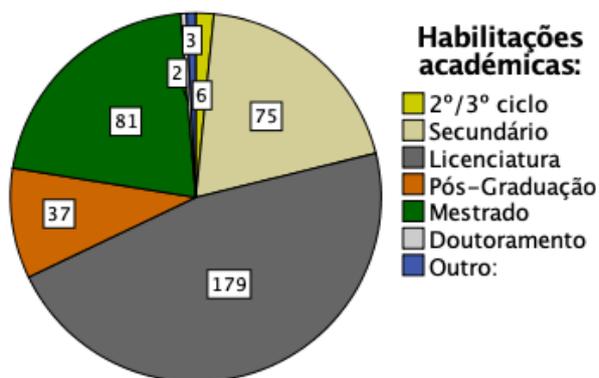


Figura 4. 4 - Habilitações académicas

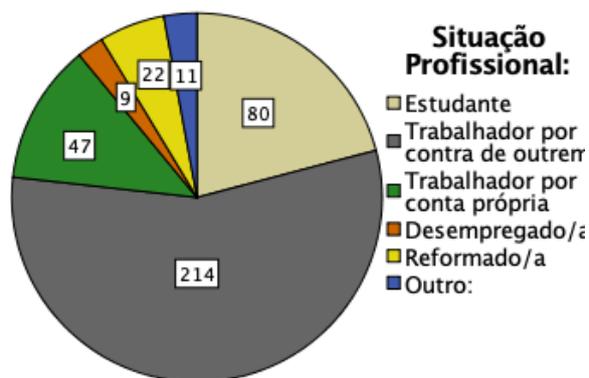


Figura 4. 3 - Situação Profissional

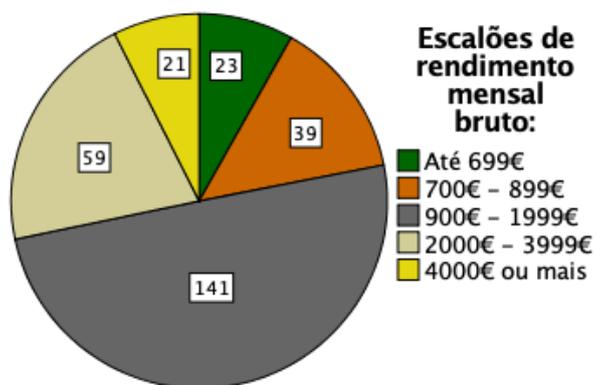


Figura 4. 5 - Escalões rendimento mensal bruto

4.4 Resultados experimentais (avaliação das atitudes implícitas)

Na presente secção apresentam-se os resultados do estudo experimental da investigação, onde foram avaliadas as atitudes implícitas dos participantes. Sendo que todos os pressupostos foram verificados (variável dependente quantitativa; amostras independentes; variável dependente com distribuição normal; existência de homogeneidade de variâncias), foi realizado um teste *T-Student* para estudar as hipóteses formuladas relativamente às perceções sobre o funcionário e à intenção de o contratar, Considerando que vários itens foram combinados para criar os indicadores (*Competência; Calor; Ética; Estatuto; Intenção de Contratar*), análises internas de confiabilidade foram realizadas através do *alfa* de *Cronbach* (α), considerando valores ≥ 0.70 de confiabilidade, como sendo adequados (Marôco, 2011).

Todas as escalas de Perceção de cada Competência do funcionário (*Competência, Calor, Ética e, Estatuto*), obtiveram resultados ótimos de confiabilidade ($\alpha > 0.80$) com um total de

dois itens por variável, tal como a escala de medição de Intenção de Contratar, como pode ser verificado no quadro 4.1.

Quadro 4. 1 - Alfa de Cronbach (α) das escalas de medição.

Escala de <i>Medição</i>	<i>Alfa de Cronbach</i> (α)
Competência	0.888
Calor	0.908
Ética	0.894
Estatuto	0.858
Intenção de Contratar	0.870

4.4.1 Avaliação do funcionário

Em primeiro lugar pretendíamos verificar se existiam diferenças significativas ao nível da perceção da Competência dos dois funcionários, uma vez que a H1a previa que o funcionário com sotaque português fosse percebido como mais competente do que o funcionário com sotaque angolano.

Os resultados indicam diferenças estatisticamente significativas ao nível da perceção da Competência dos funcionários ($t(381)=10.270$; $p=.000$; $d=1.05$): o funcionário de sotaque português foi percecionado como significativamente mais competente ($M=3.78$; $DP=0.77$) que o funcionário de sotaque angolano ($M=2.92$; $DP=0.86$) (ver figura 4.6). Este resultado valida a H1a, confirmando a existência de um efeito negativo do sotaque relativamente à competência dos funcionários, sendo que o funcionário do endogrupo (sotaque padrão) é favorecido e visto como mais competente que o funcionário do exogrupo (sotaque não padrão).

A tabela completa do teste paramétrico *T-Student* pode ser encontrada no anexo C.

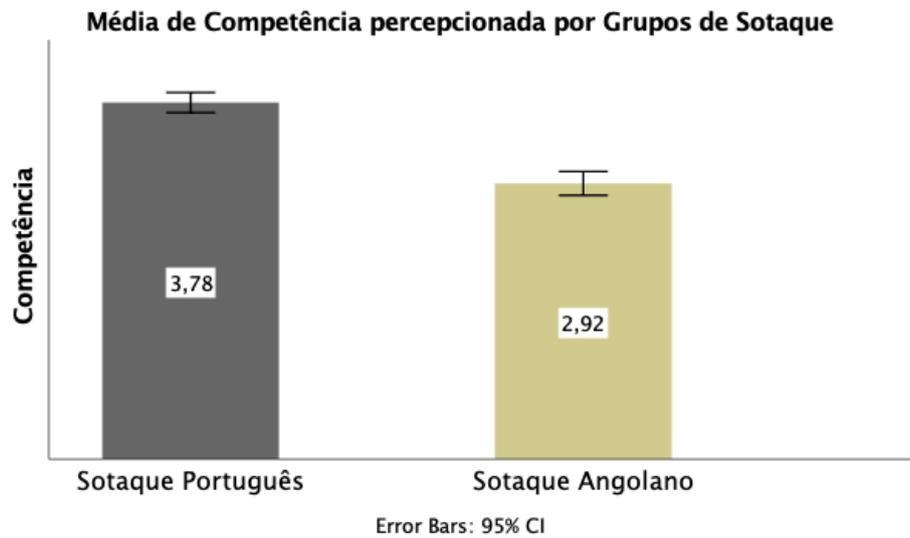


Figura 4. 6 - Média de competência percebida por grupos de sotaque

Pretendia-se, também, conferir se haveria diferenças significativas ao nível da percepção do Estatuto, uma vez que se esperava que o funcionário com sotaque português fosse percebido como tendo maior estatuto que um funcionário com sotaque angolano. Os participantes indicaram o nível com que viam cada um dos funcionários como sendo bem-sucedidos e instruídos.

Os resultados indicam a existência de diferenças significativas ao nível da percepção do Estatuto nos diferentes funcionários ($t(381)=11.665$; $p=.000$; $d=1.20$), indicando que o funcionário de sotaque português foi percebido como tendo um estatuto mais elevado ($M=3.55$; $DP=0.80$) comparativamente com o funcionário de sotaque angolano ($M=2.60$; $DP=0.78$) (Figura 4.7), validando assim a H1b. Também esta hipótese confirma a existência de um efeito negativo do sotaque relativamente à percepção do funcionário com sotaque angolano.

A tabela completa do teste paramétrico T-Student pode ser encontrada no anexo C.

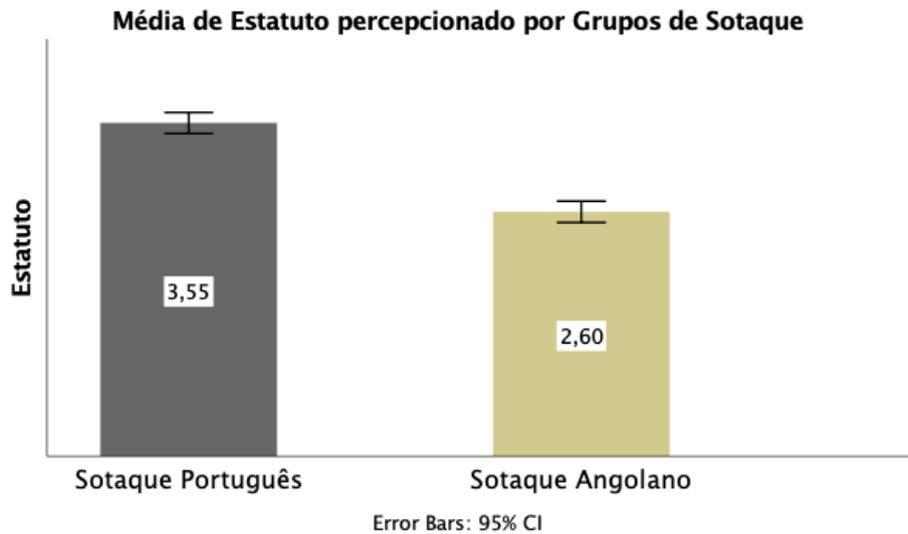


Figura 4. 7 - Média de estatuto percebida por grupos de sotaque

Relativamente ao calor, a hipótese H1c previa que o funcionário com sotaque padrão (português) fosse percebido como sendo mais caloroso do que um funcionário com sotaque não padrão (angolano).

Neste sentido, os resultados indicam a existência de diferenças significativas ao nível da percepção do Calor nos diferentes funcionários ($t(381)=3.616$; $p=.000$; $d=0.37$), verificando-se que o funcionário de sotaque português foi percebido como mais caloroso ($M=3.39$; $DP=0.90$) comparativamente com o funcionário de sotaque angolano ($M=3.05$; $DP=0.93$) (Figura 4.8). Como esperado, a H1c foi validada, reforçando o favorecimento do endogrupo – o funcionário com sotaque português. A tabela completa do teste paramétrico *T-Student* pode ser encontrada no anexo C.

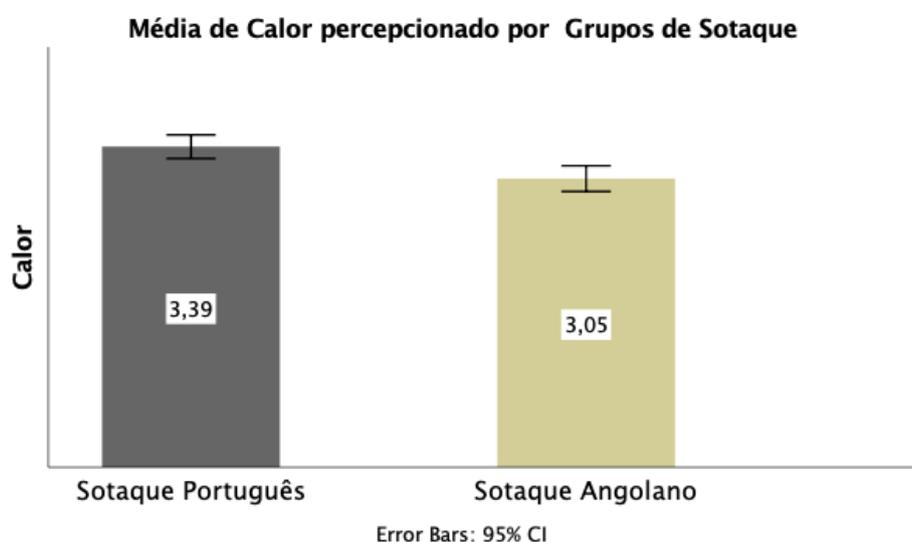


Figura 4. 8 - Média de calor percebida por grupos de sotaque

No que diz respeito à Ética, esperava-se que, tal como nas outras qualificações, o funcionário com sotaque português fosse percebido como mais ético do que um funcionário com sotaque angolano. Neste caso, os participantes indicaram o nível com que viam cada um dos funcionários como sendo honestos e de confiança.

Como previsto, os resultados indicam diferenças estatisticamente significativas ao nível da perceção da Ética dos funcionários ($t(381)=5.203$; $p=.000$; $d=0.53$), sendo que o funcionário de sotaque português foi percecionado como mais ético ($M=3.39$; $DP=0.87$) em comparação com o funcionário de sotaque angolano ($M=2.92$; $DP=0.89$), validando a H1d (Figura 4.9), e confirmando a existência de um efeito negativo do sotaque relativamente à perceção da ética dos funcionários. Desta forma, o funcionário com sotaque português foi favorecido e avaliado de melhor forma em todas as medidas usadas, em comparação com o funcionário com sotaque angolano.

A tabela completa do teste paramétrico *T-Student* pode ser encontrada no anexo C.

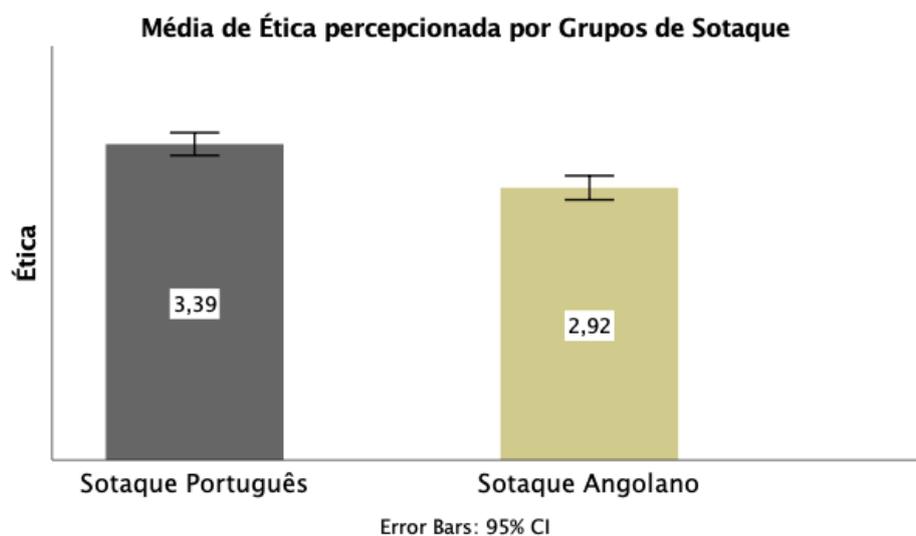


Figura 4. 9 - Média de ética percebida por grupos de sotaque

No quadro que se segue, apresentam-se, resumidamente, e consoante os resultados apresentados, as validações das hipóteses formuladas para os diversos itens da perceção e avaliação do funcionário.

Quadro 4. 2 - Resumo dos resultados da avaliação do funcionário e validações de hipóteses.

Hipóteses de avaliação do funcionário	Validação
H1a: Um funcionário com sotaque padrão (português) é percebido como mais competente do que um funcionário com sotaque não padrão (angolano).	Validado
H1b: Um funcionário com sotaque padrão (português) é percebido como tendo um maior estatuto que um funcionário com sotaque não padrão (angolano).	Validado
H1c: Um funcionário com sotaque padrão (português) é percebido como sendo mais caloroso do que um funcionário com sotaque não padrão (angolano).	Validado
H1d: Um funcionário com sotaque padrão (português) é percebido como mais ético do que um funcionário com sotaque não padrão (angolano).	Validado

4.4.2 Intenção de contratar

Em seguida, pretendia-se medir a intenção de contratar os diferentes funcionários (sotaque português vs. sotaque angolano) e avaliar em que contexto cada contratação faria mais sentido para os participantes.

Desta forma, em primeiro lugar, para verificar se, como se esperava, se encontravam diferenças a favor do funcionário com sotaque padrão, relativamente à intenção de contratar, foi realizado um teste paramétrico T-Student para amostras independentes, visto todos os seus pressupostos terem sido verificados.

Os resultados indicam diferenças estatisticamente significativas ao nível da intenção de contratar os diferentes funcionários ($t(381)=8.621$; $p=.000$; $d=0.88$), o que indica que os participantes apresentaram mais intenções de contratar o funcionário de sotaque português ($M=3.14$; $DP=0.79$) em comparação com o funcionário de sotaque angolano ($M=2.42$; $DP=0.82$), validando a H2a. Para reforçar os resultados apresentados, podemos observar que a média da intenção de contratar o funcionário com sotaque angolano está a baixo do ponto médio da escala, fortalecendo a distinção entre os funcionários com base no seu sotaque.

Aqui podemos verificar que atitudes/percepções (percepção e avaliação do funcionário) se podem traduzir em intenções, presumivelmente antecedentes do comportamento (intenção de contratar).

A tabela completa do teste paramétrico *T-Student* pode ser encontrada no anexo C.

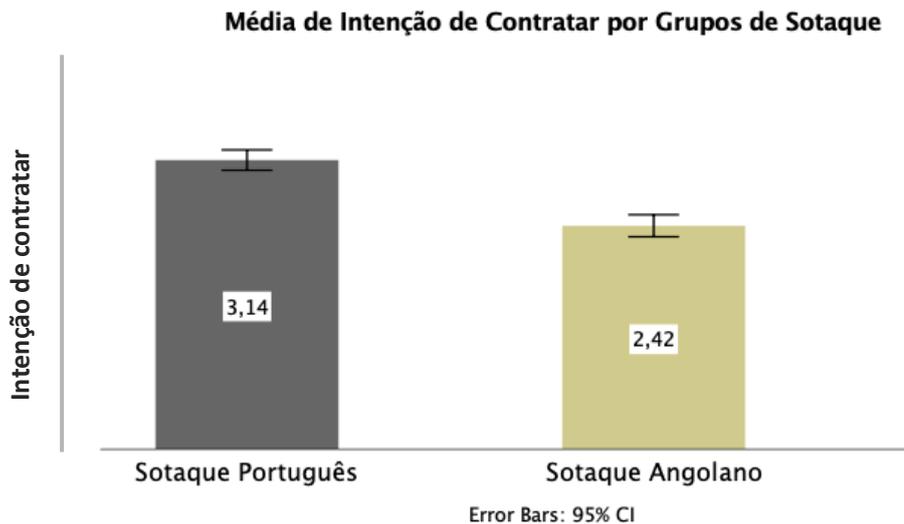


Figura 4. 10 - Média de intenção de contratar por grupos de sotaque

De forma a verificar se um funcionário com sotaque padrão (português) é efetivamente entendido como sendo mais qualificado para um segmento de luxo do que um funcionário com sotaque não padrão (angolano), foi realizado um teste paramétrico *T-Student* para amostras independentes, visto todos os seus pressupostos terem sido verificados.

Os resultados indicam diferenças estatisticamente significativas ao nível da percepção da qualificação dos diferentes funcionários ($t(381)=7.919$; $p=.000$; $d=0.81$), indicando que o funcionário com sotaque português foi percecionado como mais qualificado para o segmento de luxo ($M=2.89$; $DP=1.02$) em comparação com o funcionário de sotaque angolano ($M=2.10$; $DP=0.93$), validando a H2b e a nossa teoria de que o funcionário com sotaque português, sendo parte do endogrupo, seria atribuído a um segmento associado a uma melhor qualificação, como é o caso do segmento de luxo.

A tabela completa do teste paramétrico *T-Student* pode ser encontrada no anexo C.

Média de Qualificação percebida para Segmento de Luxo por Grupos de Sotaque

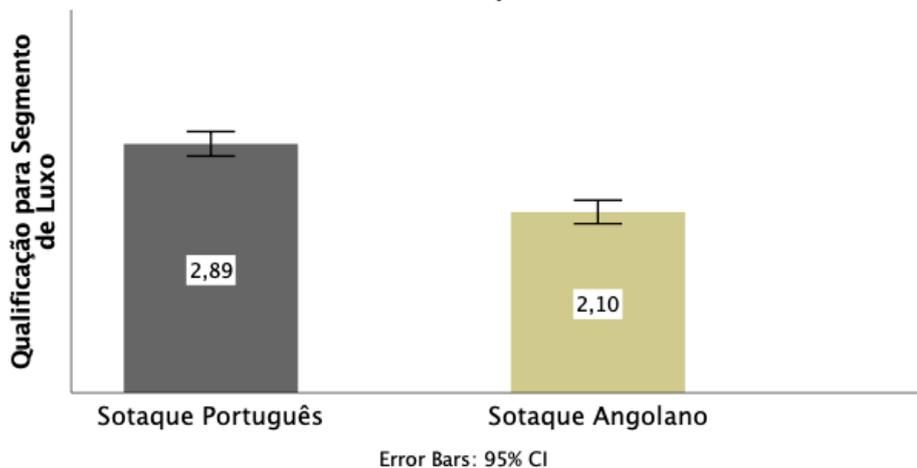


Figura 4. 11 - Média de qualificação percebida para segmento de luxo por grupos de sotaque

Relativamente ao segmento mais baixo, onde se esperava que o funcionário com sotaque não padrão (angolano) fosse entendido como sendo mais qualificado para um segmento baixo, foi realizado um teste paramétrico *T-Student* para amostras independentes, visto todos os seus pressupostos terem sido verificados.

Os resultados indicam diferenças estatisticamente significativas ao nível da perceção da qualificação dos diferentes funcionários ($t(381)=4.106$; $p=.000$; $d=0.42$), o que indica que os participantes percecionam o funcionário de sotaque português como mais qualificado para um segmento mais baixo ($M=3.19$; $DP=0.91$) em comparação com o funcionário de sotaque angolano ($M=2.80$; $DP=0.93$). Assim, a H2c não foi validada, mostrando que, apesar de esperarmos que os participantes associassem o funcionário angolano, por ser percecionado com níveis mais baixos nas diferentes qualificações, a um segmento mais baixo, isso não se verificou e os participantes acabaram por escolher o funcionário português para qualquer um dos cenários.

A tabela completa do teste paramétrico *T-Student* pode ser encontrada no anexo C.

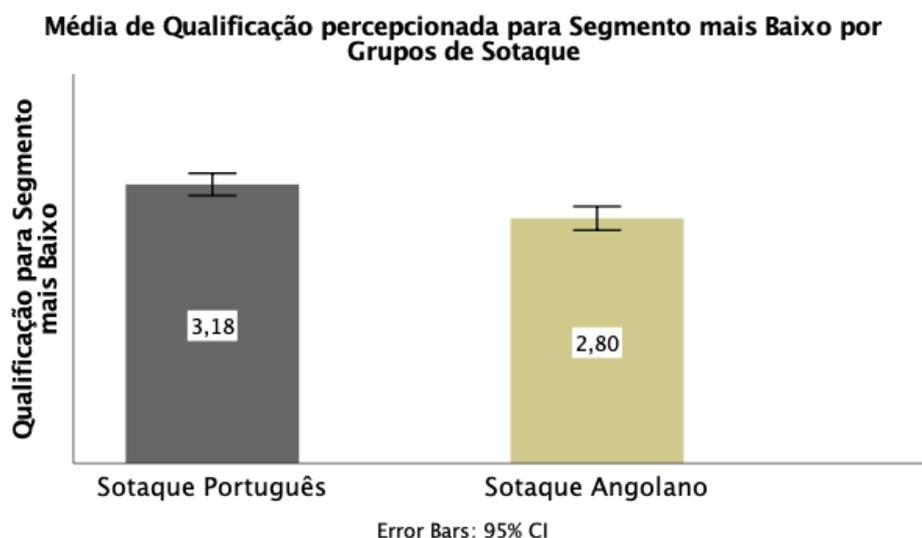


Figura 4. 12 - Média de qualificação percebida para segmento mais baixo por grupos de sotaque

No seguinte quadro, apresentam-se, resumidamente, e consoante os resultados apresentados, as validações das hipóteses formuladas para os diversos itens da intenção de contratar.

Quadro 4. 3 - Resumo dos resultados da intenção de contratar e respetivas validações de hipóteses.

Hipóteses da Intenção de contratar	Validação
H2a: Um funcionário com sotaque padrão (português) é preferencialmente escolhido para ser contratado, em comparação com um funcionário com sotaque não padrão (angolano).	Validado
H2b: Um funcionário com sotaque padrão (português) é entendido como sendo mais qualificado para um segmento de luxo que um funcionário com sotaque não padrão (angolano).	Validado
H2c: Um funcionário com sotaque não padrão (angolano) é entendido como sendo mais qualificado para um segmento baixo que um funcionário com sotaque padrão (português).	Não Validado

4.5 Resultados descritivos (avaliação das atitudes explícitas)

Para além de medirmos as diferenças entre as duas condições (sotaque padrão vs. não padrão) de forma implícita, estávamos também interessados em medir as atitudes explícitas dos participantes. Para isso, foi feita uma análise descritiva para avaliar as preferências dos participantes no atendimento e contacto comercial por parte de funcionários portugueses ou funcionários imigrantes e a perceção dos participantes sobre imigrantes em Portugal no geral.

Relativamente à perceção da população portuguesa sobre os emigrantes em Portugal e no que diz respeito aos dados descritivos da representação identitária de grupo único por parte dos participantes, os mesmos sugerem que os participantes apresentam uma tendência de percecionar os portugueses e os imigrantes como um grupo único ($M=3.29$; $DP=0.84$), onde existe uma identidade mais inclusiva que abrange o endogrupo original (portugueses, representando o sotaque nativo) e o exogrupo (imigrantes ou estrangeiros, representando o sotaque não nativo) (Dovidio et al., 1993). A tabela completa da análise pode ser encontrada no anexo C.

Por sua vez, os dados descritivos da representação de dupla identidade por parte dos participantes, sugerem que os mesmos também apresentam uma tendência de percecionar os portugueses e os imigrantes como subgrupos dentro de um grupo ($M=3.34$; $DP=0.80$), em que as identidades subgrupais originais estão salientes, como parte integrante de uma categoria mais inclusiva (Dovidio et al., 2009, 2016). Nos dois casos, os participantes apresentaram uma tendência de inclusão, associadas a atitudes mais positivas e a um aumento da atratividade relativa aos membros do exogrupo (Dovidio et al., 2009).

Por outro lado, relativamente à autoctonia, ou seja, à distinção direta dos dois grupos, enfatizando o direito de propriedade do endogrupo sobre o seu país de origem (neste caso, Portugal), os dados descritivos já não nos sugerem a existência, ou não, de autoctonia ($M=2.44$; $DP=0.90$). Por outras palavras, aparentemente os participantes apresentam uma perceção neutra (nem positiva, nem negativa) de “direito à propriedade” em Portugal, neste caso, a população portuguesa, perante os imigrantes que aqui residem. A tabela completa da análise pode ser encontrada no anexo C.

Por último, em formato de respostas mais deliberadas e conscientes, mediu-se diretamente as preferências dos participantes ao nível do contacto direto e atendimento por parte de funcionários portugueses ou funcionários imigrantes. Os dados descritivos sugerem que, aparentemente, os participantes não apresentam uma preferência específica pelo contacto e atendimento por funcionários portugueses ou por funcionários imigrantes ($M=2.31$; $DP=1.04$).

Na próxima secção são discutidos estes resultados e as suas implicações à luz da literatura.

5. DISCUSSÃO

Dado o aumento da diversidade em Portugal, a presença de vários sotaques no país e, em particular, nas organizações, é cada vez mais uma realidade; mas sabemos pouco sobre ela e os seus impactos, em especial, na relação cliente-funcionário. Ainda assim, é expectável supormos que exista um efeito do sotaque sobre essa relação, uma vez que o sotaque pode ser uma significativa fonte de associações e julgamento de competências. Assim, esta tese teve como objetivo principal avaliar o efeito do sotaque não padrão na escolha do consumidor e trazer informações adicionais sobre as reações do ouvinte, averiguando se são encontradas mudanças no comportamento do mesmo, com base no sotaque, e eventuais associações (e preconceitos ou julgamentos). Para isso, procurámos, também, perceber se as avaliações conscientes dos participantes estavam em concordância com as suas avaliações inconscientes; isto é, se existia alguma diferença entre as suas atitudes explícitas e implícitas. Os resultados mostram que existe um efeito negativo do sotaque tanto na perceção de todas as qualificações do funcionário medidas, como na intenção de contratação do consumidor em todos os cenários apresentados, e que, efetivamente, se constata uma diferença significativa entre os resultados das atitudes implícitas e os resultados das atitudes explícitas.

Para percebermos melhor, quando os participantes foram questionados diretamente, afirmaram não ter preferência sobre o atendimento por um funcionário de determinada nacionalidade ou sotaque. No entanto, quando confrontados na prática com funcionários com sotaques diferentes, e sem consciência daquilo que estava medido, os participantes mostraram significativamente mais intenções de contratar o funcionário com sotaque português, em comparação com o funcionário com sotaque angolano, mostrando uma clara diferença entre aquilo que dizem sentir ou fazer, e aquilo que na prática fazem. Por outras palavras, quando as avaliações foram feitas de forma consciente e deliberada, os resultados não revelaram diferenças nas preferências reportadas por funcionários portugueses ou imigrantes e os seus sotaques; mas, quando as intenções de contratação foram avaliadas de forma inconsciente e automática, os resultados mostraram um claro enviesamento a favor do sotaque português. Esta diferença sugere a existência de um preconceito de sotaque: a forma de falar torna saliente o facto de o indivíduo (neste caso, o funcionário) pertencer a um exogrupo, e é consistente com a teoria do vieses endogrupais, onde as avaliações subsequentes favorecem o endogrupo relativamente ao exogrupo (Abrams e Rutland, 2008; Cameron et al., 2006), o que leva muitas vezes, como aconteceu neste caso, a uma tendência para comparações entre grupos enviesadas (Tafjel e Turner, 1986).

Avaliou-se, também, o nível de autoctonia dos participantes, ou seja, a percepção de “direito à propriedade” relativamente a Portugal, na ótica de perguntas diretas e conscientes, onde os resultados foram pouco conclusivos, uma vez que se concentram no centro da tabela de medição. Da mesma forma, também não muito conclusivos são os resultados da percepção e grupo único e de dupla identidade, onde os participantes apresentam uma ligeira tendência de perceber os portugueses e os imigrantes como um grupo único, criando uma identidade mais inclusiva, um “nós” que abrange o endogrupo original (portugueses) e o exogrupo (imigrantes ou estrangeiros) numa única categoria; ou como um grupo superordenado mais inclusivo onde as identidades subgrupais (portugueses e imigrantes) estão incluídas. Já no que se refere ao estudo experimental, no qual os participantes não tinham consciência do que estava a ser medido, os resultados sobre a percepção e avaliação dos funcionários são bastante conclusivos: o funcionário com sotaque português é significativamente mais bem avaliado em todas as qualificações (competência, estatuto, ética e calor) que o funcionário com sotaque angolano, mostrando uma desigualdade entre eles.

Embora seja difícil tirar conclusões claras dos resultados das medidas conscientes à luz da literatura, estes parecem mostrar sugerir uma preocupação nos participantes em dar a resposta “certa”; particularmente quando contrastados com os resultados das medidas não conscientes, em que os resultados são inequívocos. Por um lado, estes resultados inconclusivos podem significar que as perguntas não foram bem entendidas; mas por outro, e com base na literatura, parece mais provável que sejam um sinal de desconforto com o tema e preocupação em dar respostas socialmente aceites. Este paradigma parece ser ainda mais provável quando contrastado com os resultados das medidas implícitas. Ainda que estes resultados possam parecer surpreendentes, na medida em que atitudes são muitas vezes vistas como antecedentes das nossas intenções e comportamentos, estes podem ser facilmente explicados pelo modelo de processamento duplo, que sugere que o julgamento e o comportamento social são o resultado das atitudes implícitas (no nosso caso, aquelas avaliadas no estudo experimental), e das atitudes explícitas (as avaliadas no estudo descritivo) (Gyurak, Gross e Etkin, 2011). Segundo o modelo, é possível que uma atitude implícita se oponha a uma atitude explícita, como aconteceu na nossa investigação, denominando-se esta diferença como dissociação de atitudes implícitas e explícitas (Greenwald e Banaji, 1995). As atitudes explícitas, como visões negativas de certos grupos, geralmente não têm efeitos fortes e consistentes nos comportamentos, enquanto que as atitudes implícitas em relação a esses grupos preveem avaliações e comportamentos mais reais (por exemplo, Maison, Greenwald e Bruin, 2004; Ziegert e Hanges, 2005). Para além destes resultados poderem ser explicados pelo modelo de processamento duplo, evidências meta-

analíticas sugerem que uma das principais razões pelas quais indicadores implícitos parecem ser melhores do que atitudes explícitas na previsão de resultados comportamentais é pelo facto de atitudes implícitas poderem não ser tão suscetíveis quanto atitudes explícitas ao escrutínio das preocupações de sensibilidade social (Greenwald, Poehlman, Uhlmann e Banaji, 2009). Reflexo disso é o facto dos resultados das medidas explícitas não serem muito conclusivos e serem difíceis de interpretar, podendo representar as contradições interiores que as pessoas sentem (entre o que é e o que deve ser).

Além da avaliação do funcionário, queríamos ver se essas avaliações/atitudes também se traduziam em intenções dos consumidores. Assim, relativamente às diferentes intenções de contratação do funcionário, verificámos que os participantes percecionam o funcionário de sotaque português como mais qualificado para um segmento de luxo em comparação com o funcionário de sotaque angolano, confirmando a nossa previsão de que o funcionário com sotaque português, sendo parte do endogrupo, seria atribuído a um segmento associado a uma maior qualificação. Assim, também podemos verificar que atitudes/perceções (perceção e avaliação do funcionário) se podem traduzir em intenções, presumivelmente antecedentes do comportamento (intenção de contratar).

Por outro lado, surpreendentemente ao contrário do que era esperado, os participantes percecionaram o funcionário com sotaque português como sendo também mais qualificado para um segmento mais baixo, em comparação com o funcionário com sotaque angolano. Seguindo a teoria do preconceito de sotaque, seria de esperar que os participantes associassem o funcionário com sotaque angolano a um segmento mais baixo, por também ser percecionado como tendo níveis mais baixos de qualificações. Todavia, seguindo o raciocínio do enviesamento endogrupal, em que os indivíduos que a ele pertencem são preferencialmente escolhidos (Abrams e Rutland, 2008; Cameron et al., 2006), o segmento acabou por não ter relevância e os participantes tiveram preferência pelo funcionário com sotaque português em qualquer das situações apresentadas.

Este resultado, reforça ainda mais o enviesamento encontrado no estudo experimental e o seu contraste com as respostas dadas a perguntas explícitas. De acordo com o Modelo de Supressão e Justificação (JSM) de Crandall e Eshleman (2003), as pessoas enfrentam duas motivações concorrentes: (1) o impulso automático de aplicar avaliações estereotipadas rápidas – o qual, neste caso, vemos refletidas nos resultados do estudo experimental; (2) a necessidade de suprimir quaisquer avaliações que pareçam inadequadas – a qual, neste caso, se reflete nos resultados do estudo descritivo (Lowery et al., 2001). Este paradigma tem sido denominado de

preconceito moderno (Dovidio, 2001; McConahay, 1986), explicado pela defesa da igualdade de forma a não discriminar abertamente, levando a uma discriminação subtil e não intencional.

Tendo em conta que este estudo reflete a relação consumidor-funcionário, os resultados mostram que o preconceito moderno, pode afetar o meio organizacional e ter impacto sobre os resultados das empresas. Ainda, estes resultados sugerem que funcionários com sotaque não padrão estão, à partida, em pé de desigualdade relativamente aos seus colegas com sotaque padrão, mesmo na ausência de qualquer diferença discernível entre eles em termos de competência ou qualificações, por exemplo. Isto pode dar azos à criação conflitos internos, desmotivação dos colaboradores ou maus resultados para a organização.

Para além da desigualdade que os resultados mostram, o facto desta realidade poder estar disfarçada por métodos de avaliação que não são capazes de a detetar, pode dar origem a más avaliações e à sua justificação com base em outros fatores, como a baixa de competência ou eficiência do funcionário. Tal como os resultados comprovam, não se espera que os consumidores manifestem de maneira direta as suas avaliações negativas, por ser algo socialmente indesejável, suprimindo os preconceitos associados a essas avaliações, ou simplesmente por não serem capazes de aceder às suas avaliações inconscientes. Desta forma, sugere-se que as medidas implícitas possam capturar avaliações divergentes das avaliadas por meio de medidas explícitas, representando resultados mais realistas para o meio organizacional.

6. CONCLUSÃO

6.1 Resultados Alcançados

O presente estudo contribui para as investigações no âmbito da escolha do consumidor, tendo em conta o preconceito de sotaque relativamente aos funcionários. Outra contribuição importante desta tese diz respeito às investigações sobre atitudes e comportamento humano, tendo como base o estudo da autoconsciência do consumidor sobre os seus julgamentos e avaliações, através da análise de atitudes implícitas e atitudes explícitas. Assim, existiam dois objetivos fundamentais com este estudo: i) compreender as percepções dos consumidores ao ouvir um serviço apresentado por um funcionário com sotaque não padrão em comparação com um funcionário com sotaque padrão; ii) compreender se estas percepções são coerentes no consciente e no subconsciente dos consumidores, de forma a entender a natureza da escolha do consumidor.

Tendo em conta os resultados apresentados, este estudo permitiu concluir que: i) existem diferenças no comportamento dos consumidores, relativamente a funcionários com sotaque padrão vs. não padrão, baseadas no preconceito de sotaque, resultando num enviesamento das atitudes implícitas na avaliação a favor do funcionário com sotaque padrão; ii) existe uma dissociação entre as atitudes implícitas e explícitas, sendo as atitudes explícitas do consumidor díspares das suas atitudes implícitas, revelando uma falta de consciência dos consumidores relativamente ao problema, ou uma tentativa de supressão do mesmo, e uma correção do enviesamento provocado por influência social do preconceito de sotaque mencionado no ponto anterior.

O mercado de trabalho é cada vez mais global, mas o preconceito linguístico continua a ser uma realidade para muitos profissionais. Assim, cada vez se torna mais relevante compreender as associações feitas com o sotaque nas empresas, seja entre colegas, seja na interação dos funcionários com os consumidores. Da mesma forma se torna importante os estudos que observam o processamento de informações do consumidor por meio de processos duplos, particularmente quando se observam situações controversas, em que se espera que a avaliação consciente não reflita os sentimentos internos das pessoas de maneira apurada. Tendo em conta os resultados apresentados e as suas consequências, torna-se importante alertar a população para esta problemática e as suas implicações, quer para a sociedade em geral, como para o meio organizacional em particular, uma vez que o nosso estudo analisou a relação cliente-funcionário.

Uma organização que consiga criar mecanismos que dissuadam e/ou combatam o preconceito linguístico, de modo a poder ter na linha da frente funcionários com diversos sotaques, tornar-se-á, também uma organização mais completa, uma vez que poderá inculcar valores de deveres morais e justiça dentro da própria organização; e mais competitiva, uma vez que poderá usar e explorar melhor os talentos e capacidades dos seus funcionários. Sendo o meio organizacional um motor que necessita de estar em constante movimento de forma a conseguir acompanhar as mudanças do mercado e as novas expectativas dos consumidores e dos próprios colaboradores das organizações, incidir sobre a temática das influências sociais relativamente ao comportamento do consumidor e às diretrizes que o conduzem, poderá trazer benefícios às empresas e à população em geral. Para as empresas, no sentido de poder trazer melhores resultados consequentes de uma relação não enviesada de cliente-funcionário e aumentar o nível motivacional dos seus colaboradores; e, para a população em geral, no sentido de ajudar a consciencializá-la sobre o importante paradigma que apelidamos de preconceito moderno, e que, atualmente, ainda representa um relevante fator de desigualdade social.

Formações relativas ao modelo de processamento duplo e aos enviesamentos implícitos são uma estratégia importante para combater este problema. Segundo Hetey e Eberhardt (2018), estas técnicas já são utilizadas em alguns estados dos Estados Unidos, como em Michigan, onde a sua governadora Gretchen Whitmer, assinou, em julho de 2020, uma ordem executiva exigindo que os trabalhadores dos cuidados de saúde do estado se submetessem a uma formação de enviesamentos implícitos para obter ou renovar as suas licenças médicas (Here e Now, 2020). Ou na Califórnia, onde uma intervenção desenvolvida por Hetey e Eberhardt (2018) e a sua equipa, para educar as pessoas sobre o preconceito implícito e a sua origem, foi implementada em agências de aplicação da lei ao longo de todo o estado.

Os resultados destas intervenções sugerem que a formação é eficaz para aumentar o conhecimento sobre o tema e, mais encorajador ainda, para levar as pessoas que são submetidas a essa intervenção a desejar melhores relações com a comunidade, a ter mais simpatia pelos membros da comunidade, e a ter mais probabilidades de acreditar que eles pessoalmente podem fazer uma diferença (Stanford SPARQ e Departamento de Justiça da Califórnia, 2016). Assim, tão importante quanto adotar estas intervenções, é medir a eficácia dos seus resultados nos participantes, de forma a garantir a efetiva diminuição de enviesamentos de preconceito implícitos. A criação de créditos, consoante os resultados, é uma sugestão a adotar pelas organizações. Também se torna um fator importante, a partilha com a sociedade sobre a implementação destas novas técnicas e formações dentro das organizações, uma vez que pode

transmitir um exemplo do caminho a seguir para o combate à desigualdade e a procura pela melhoria das relações intergrupais (Hetey e Eberhardt, 2018).

“Para alterar os nossos preconceitos, precisamos de alterar o ambiente que os produziu” afirma Eberhardt ao jornal *Here & Now* (2020). Esta premissa funciona para os dois lados da relação cliente-funcionário que estudámos, uma vez que o cliente também será muito provavelmente funcionário noutra local. Os nossos resultados são uma importante ajuda no domínio da existência do preconceito moderno, com base em atitudes implícitas, e, por isso, a adoção destas medidas torna-se relevante, não só a nível particular, relativamente ao preconceito de sotaque, mas também a todo o tipo de preconceito que fomenta desigualdades em Portugal, de forma a mudar um sistema holístico instalado na sociedade. Os indivíduos dentro das organizações podem olhar para os resultados indesejáveis que resultam do enviesamento - quer se trate de disparidades nas contratações, promoções ou vendas - e encontrar formas de lidar com isso. Mudar certos aspetos do ambiente de trabalho pode alterar a mentalidade das pessoas que nele trabalham, e diminuir a probabilidade de o enviesamento influenciar as suas decisões futuras (Hetey e Eberhardt, 2018). Eberhardt reforça que, "apesar dos nossos objetivos e desejos, os sistemas em que trabalhamos podem começar a mudar quem somos e como nos comportamos" (*Here & Now*, 2020).

6.2 Contribuições Teóricas e Práticas

Em Portugal não havia, até à data, e tanto quanto é do nosso conhecimento, evidência científica que medisse o impacto do sotaque na relação cliente-funcionário. Os resultados encontrados foram reveladores e mostraram que o sotaque influencia a avaliação e intenção de contratação do funcionário com sotaque não padrão.

Numa altura em que em o preconceito é falado e discutido em diferentes partes do mundo, os nossos resultados mostram a sua existência direta, onde, para além da verificação da existência de enviesamentos de avaliações com base no preconceito de sotaque, também se descobriu a existência de dissociações de atitudes implícitas e explícitas que ajudam a fundamentar a importância de se compreender e dar a conhecer o conceito do preconceito moderno, onde o preconceito explícito é suprimido e substituído por uma forma implícita e disfarçada de julgamento, ajudando a suportar os discursos daqueles que acreditam não existirem desigualdades.

Por exemplo, após um estudo das universidades de Chicago e Munique concluir que o sotaque de um candidato poder conduzir a uma penalização de 20% no salário (Grogger et al.,

2020), os recrutadores em Portugal contactados pelo jornal Expresso, negaram a existência de tal relação no nosso país (Expresso, 2020). Já alguns dos empresários contactados pelo jornal, em consonância com os resultados do presente estudo, admitiram que, de forma não consciente, tais efeitos possam existir. O presidente do Conselho de Administração do Grupo Egor, Amândio da Fonseca, por exemplo, indicou que “embora o requisito da pronúncia não seja expresso”, ele poderá “estar presente na decisão final do cliente” (Expresso, 2020). Os resultados da nossa investigação comprovam que o preconceito de sotaque está, como sugerido, presente na decisão final do cliente, fortalecendo desigualdades e comprovando que o preconceito linguístico é um problema real. Pode assumir várias formas, é um fator de desigualdade quer social quer laboral e tem impactos económicos.

6.3 Limitações e Recomendações para Pesquisas Futuras

Em primeiro lugar, vale a pena referir que foi usada uma amostra de conveniência: os dados foram recolhidos por meio de um questionário de autopreenchimento distribuído on-line, o que fez com que o estudo se concentrasse principalmente na rede do autor. Estudos futuros beneficiariam do recurso a um método probabilístico de amostragem ou uma distribuição mais dispersa da pesquisa, de forma a tentar atingir uma representação mais fidedigna da população. No entanto, é cada vez mais habitual a recolha de dados desta forma, trazendo vantagens como o baixo custo, utilizando as melhores informações disponíveis com a amostra disponível (Ruel et al., 2018).

Também, o facto de algumas variáveis terem apenas 2 itens para as medir pode ter representado uma limitação. Neste caso, a escolha de poucos itens para a medição das variáveis, prendeu-se com o facto de se tentar evitar que o questionário se tornasse demasiado longo e/ou redundante. Linguagem complexa e instrumentos extensos que necessitam de muito tempo para sua aplicação tendem a ser fatigantes e desmotivadores, podendo ser causa de erros e de menor fidedignidade (Mota e Pimenta, 2007). Uma sugestão para estudos futuros seria a atribuição de recompensas pela participação na investigação, podendo trazer benefícios, tais como uma maior predisposição para completar um questionário mais longo, e, assim, ser possível a inclusão de mais itens de medição de variáveis.

Adicionalmente, dadas as restrições de tempo para a recolha de dados e a preocupação acima mencionada com a extensão do questionário, o nosso estudo focou-se o setor imobiliário. Futuramente, seria de interesse alargar a investigação dos efeitos de preconceito de sotaque a outras áreas comerciais, bem como outras áreas organizacionais, como o recrutamento, a

possibilidade de promoção ou a avaliação feita pelos superiores, podendo trazer benefícios adicionais à literatura das influências sociais no meio organizacional.

Uma vez que os resultados das medidas explícitas não foram diretamente conclusivos, isto pode significar que as perguntas não foram bem entendidas pelos participantes. Por outro lado, como justificado na secção da discussão, esta dificuldade na interpretação dos resultados pode também ser explicada pelo desconforto dos participantes com o tema e uma preocupação em dar respostas socialmente aceites, suportada pelo Modelo de Supressão e Justificação (JSM) de Crandall e Eshleman (2003) e pelo modelo de processamento duplo (Abrams e Rutland, 2008). Ainda assim, torna-se importante referir como sugestão para investigações futuras, a inclusão de outras medidas de preconceito, para que não obstante a questão da preocupação dos participantes em dar respostas socialmente aceites, e se possam, eventualmente, obter resultados mais claros.

Por fim, uma sugestão de possíveis investigações futuras no seguimento dos nossos resultados, será estudar de que forma se podem implementar, em Portugal, as intervenções e formações sobre o modelo de processamento duplo e de enviesamentos implícitos propostas em cima, e o contributo prático e teórico dos seus resultados nas organizações e na sociedade em geral.

4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abrams, D., & Rutland, A. 2008. The development of subjective group dynamics. *Intergroup attitudes and relations in childhood through adulthood*. <https://doi.org/10.1002/9781444390841.ch8>.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. 2005. The influence of attitudes on behaviour. *The Handbook of Attitudes*. <https://doi.org/10.1007/BF02294218>.
- Albuquerque Filho, A. R., Freire, M. M. A., De Luca, M. M. M., & Vasconcelos, A. C. de. 2019. Influência da Internacionalização e da Inovação na Competitividade Empresarial. *Internext*. <https://doi.org/10.18568/internext.v15i1.521>.
- Allport, G. W. 1954. The nature of prejudice, 1954. *Gergen, Kenneth J., "The Significance of Skin Color in Human Relations*.
- Alves, A. T. P. da C. 2017. *Os sons da Lusofonia : contextos multiculturais do serviço público de rádio em Portugal e no Brasil*. <http://hdl.handle.net/1822/50817>.
- Augoustinos, M., Ahrens, C., & Innes, J. M. 1994. Stereotypes and prejudice: The Australian experience. *British Journal of Social Psychology*. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.1994.tb01014.x>.
- Augoustinos, M., Tuffin, K., & Rapley, M. 1999. Genocide or a failure to gel? Racism, history and nationalism in Australian talk. *Discourse and Society*. <https://doi.org/10.1177/0957926599010003004>.
- Baker, J. 1986. The role of the environment in marketing services: the consumer perspective. *The Role of the Environment in Marketing Services: The Consumer Perspective*.
- Baker, J., Parasuraman, A., Grewal, D., & Voss, G. B. 2002. The influence of multiple store environment cues on perceived merchandise value and patronage intentions. *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.1509/jmkg.66.2.120.18470>.
- Baugh, J. 2000. Racial identification by speech. *American Speech*. <https://doi.org/10.1215/00031283-75-4-362>.
- Bechara, A., Damasio, H., Tranel, D., & Damasio, A. R. 1997. Deciding advantageously before knowing the advantageous strategy. *Science*. <https://doi.org/10.1126/science.275.5304.1293>.
- Berger, J., Rosenholtz, S. J., & Zelditch, M. 1980. Status Organizing Processes. *Annual Review of Sociology*. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.06.080180.002403>.
- Bies, R. J., & Moag, J. S. 1986. Interactional justice: communication criteria of fairness. *Research in negotiations in organizations*. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2004.tb02581.x>.
- Bizarrias, F. S., & Brandão, M. M. 2016. Proposta de Modelo Conceitual de Atitudes Implícitas

e Explícitas no Varejo. *Revista Brasileira de Marketing*.
<https://doi.org/10.5585/remark.v16i4.3664>.

Bradac, J. J. 1990. Language attitudes and impression formation. *Handbook of language and social psychology*.

Brennan, E. M., & Brennan, J. S. 1981. Accent scaling and language attitudes: Reactions to Mexican American English speech. *Language and Speech*.
<https://doi.org/10.1177/002383098102400301>.

Bresnahan, M. J., Ohashi, R., Nebashi, R., Liu, W. Y., & Shearman, S. M. 2002. Attitudinal and affective response toward accented English. *Language and Communication*.
[https://doi.org/10.1016/S0271-5309\(01\)00025-8](https://doi.org/10.1016/S0271-5309(01)00025-8).

Brian A. Nosek, Anothony G. Greenwald, & Mahzarin R. Banaji. 2007. The Implicit Association Test at Age 7: A Methodological and Conceptual and Conceptual Review. *Social Psychology and the Unconscious: The Automaticity of Higher Mental Processes*.
<https://doi.org/10.1016/j.mrfmmm.2009.01.007>.

Brown, R. 2010. Prejudice: its social psychology. *West Sussex: John Wiley & Sons*, vol. 35.
<https://doi.org/10.1080/01434632.2013.803723>.

Burns, A. C., Veeck, A., & Bush, R. F. 2017. Marketing research Global Edition. *Pearson*.

Cameron, L., Rutland, A., Brown, R., & Douch, R. 2006. Changing children's intergroup attitudes toward refugees: Testing different models of extended contact. *Child Development*. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8624.2006.00929.x>.

Cargile, A. C., & Giles, H. 1998. Language attitudes toward varieties of English: An American-Japanese context. *Journal of Applied Communication Research*.
<https://doi.org/10.1080/00909889809365511>.

Carlos, J. F. 2017. *Preconceito racial em crianças: influência da identificação e pertença grupal*. Universidade de Évora.

Charness, G., Gneezy, U., & Kuhn, M. A. 2012. Experimental methods: Between-subject and within-subject design. *Journal of Economic Behavior and Organization*.
<https://doi.org/10.1016/j.jebo.2011.08.009>.

Clark, H. H. 1985. Language use and language users. *Handbook of Social Psychology*.

Clark, H. H. 1996. Communities, Commonalities, and Communication. *Rethinking linguistic relativity*.

Collins, E. C., Biernat, M., & Eidelman, S. 2009. Stereotypes in the communication and translation of person impressions. *Journal of Experimental Social Psychology*.
<https://doi.org/10.1016/j.jesp.2008.09.005>.

Crandall, C. S., & Eshleman, A. 2003. A Justification-suppression Model of the Expression and Experience of Prejudice. *Psychological Bulletin*. <https://doi.org/10.1037/0033->

2909.129.3.414.

- Crosby, F., Bromley, S., & Saxe, L. 1980. Recent unobtrusive studies of Black and White discrimination and prejudice: A literature review. *Psychological Bulletin*. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.87.3.546>.
- Cuddy, A. J. C., Fiske, S. T., Kwan, V. S. Y., Glick, P., Demoulin, S., et al. 2009. Stereotype content model across cultures: Towards universal similarities and some differences. *British Journal of Social Psychology*. <https://doi.org/10.1348/014466608X314935>.
- Dasgupta, N. 2009. Mechanisms Underlying the Malleability of Implicit Prejudice and Stereotypes: the role of automaticity and cognitive control. *Handbook of Prejudice, Stereotyping, and Discrimination*.
- de Souza, L. E. C., Pereira, C. R., Camino, L., de Lima, T. J. S., & Torres, A. R. R. 2016. The legitimizing role of accent on discrimination against immigrants. *European Journal of Social Psychology*. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2216>.
- Deprez-Sims, A. S., & Morris, S. B. 2010. Accents in the workplace: Their effects during a job interview. *International Journal of Psychology*. <https://doi.org/10.1080/00207594.2010.499950>.
- DeShields, O. W., & de los Santos, G. 2000. Salesperson's accent as a globalization issue. *Thunderbird International Business Review*. [https://doi.org/10.1002/1520-6874\(200001\)42:1<29::aid-tie3>3.3.co;2-g](https://doi.org/10.1002/1520-6874(200001)42:1<29::aid-tie3>3.3.co;2-g).
- Devine, P. G. 1989. Stereotypes and Prejudice: Their Automatic and Controlled Components. *Journal of Personality and Social Psychology*. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.56.1.5>.
- Dixon, J. A., & Mahoney, B. 2004. The effect of accent evaluation and evidence on a suspect's perceived guilt and criminality. *Journal of Social Psychology*. <https://doi.org/10.3200/SOCP.144.1.63-73>.
- Dovidio, J. F. 2001. On the nature of contemporary prejudice: The third wave. *Journal of Social Issues*. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00244>.
- Dovidio, J. F., Gaertner, S. L., Anastasio, P. A., Bachman, B. A., & Rust, M. C. 1993. The common ingroup identity model: Recategorization and the reduction of intergroup bias. *European Review of Social Psychology*. <https://doi.org/10.1080/14792779343000004>.
- Dovidio, J. F., Gaertner, S. L., Shnabel, N., Saguy, T., & Johnson, J. 2009. Recategorization and Prosocial Behavior: Common In-Group Identity and a Dual Identity. *The Psychology of Prosocial Behavior: Group Processes, Intergroup Relations, and Helping*. <https://doi.org/10.1002/9781444307948.ch10>.
- Dovidio, J. F., Gaertner, S. L., Ufkes, E. G., Saguy, T., & Pearson, A. R. 2016. Included but Invisible? Subtle Bias, Common Identity, and the Darker Side of "We." *Social Issues and Policy Review*. <https://doi.org/10.1111/sipr.12017>.
- Duncan, B. L. 1976. Differential social perception and attribution of intergroup violence:

- Testing the lower limits of stereotyping of Blacks. *Journal of Personality and Social Psychology*. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.34.4.590>.
- Durrheim, K., & Dixon, J. 2004. Attitudes in the fiber of everyday life: The discourse of racial evaluation and the lived experience of desegregation. *American Psychologist*. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.59.7.626>.
- Expresso (2020). Sotaque pode penalizá-lo no salário. Disponível online em: <https://expresso.pt/economia/2020-02-23-Emprego-como-o-sotaque-pode-penalizar-o-seu-salario> [Fevereiro 2020].
- Fazio, R. H., & Olson, M. A. 2003. Implicit Measures in Social Cognition Research: Their Meaning and Use. *Annual Review of Psychology*. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.54.101601.145225>.
- Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., Glick, P., & Xu, J. 2002. A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.6.878>.
- Flege, J. E. 1984. The detection of french accent by american listeners. *Journal of the Acoustical Society of America*. <https://doi.org/10.1121/1.391256>.
- Ford, T. E., & Stangor, C. 1992. The Role of Diagnosticity in Stereotype Formation: Perceiving Group Means and Variances. *Journal of Personality and Social Psychology*. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.63.3.356>.
- Friedman, T. L. 2005. The World Is Flat: A Brief History of the Twenty-first Century (Further Updated and Expanded). *Farrar, Straus and Giroux*.
- Frumkin, L. 2007. Influences of accent and ethnic background on perceptions of eyewitness testimony. *Psychology, Crime and Law*. <https://doi.org/10.1080/10683160600822246>.
- Gaertner, S. L., & Dovidio, J. F. 2000. *Reducing intergroup bias: The common ingroup identity model*. Philadelphia, PA: Psychology Press.
- Giles, H., & Powesland, P. 1980. Speech style and social evaluation. *European Journal of Social Psychology*. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420100113>.
- Glasman, L. R., & Albarracín, D. 2006. Forming attitudes that predict future behavior: A meta-analysis of the attitude-behavior relation. *Psychological Bulletin*. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.132.5.778>.
- Gomes, I. M. 2013. Manual: como elaborar uma pesquisa de mercado. *Belo Horizonte: Sebrae/MG*.
- Gouveia, V. V., Athayde, R. a a, Mendes, L. A. C., & Freire, S. E. a. 2012. Introdução às Medidas Implícitas: conceitos, técnicas e contribuições Introduction to Implicit Measurements: concepts, techniques and contributions. *Revista Da Sociedade De Psicologia Do Rio Grande Do Sul*.

- Greenwald, A. G., & Banaji, M. R. 1995. Implicit Social Cognition: Attitudes, Self-Esteem, and Stereotypes. *Psychological Review*. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.102.1.4>.
- 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*. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.74.6.1464>.
- 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*. <https://doi.org/10.1037/a0015575>.
- Grogger, J. 2011. Speech patterns and racial wage inequality. *Journal of Human Resources*. <https://doi.org/10.3368/jhr.46.1.1>.
- Grogger, J., Steinmayr, A., & Winter, J. 2020. The Wage Penalty of Regional Accents. *Foreign Affairs*, 91(5): 1689–1699.
- Gyurak, A., Gross, J. J., & Etkin, A. 2011. Explicit and implicit emotion regulation: A dual-process framework. *Cognition and Emotion*. <https://doi.org/10.1080/02699931.2010.544160>.
- Hansen, K., & Dovidio, J. F. 2016. Social dominance orientation, nonnative accents, and hiring recommendations. *Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology*. <https://doi.org/10.1037/cdp0000101>.
- Here & Now (2020). We Understand Implicit Bias, Now What? A Conversation With Stanford Psychologist Jennifer Eberhardt. *Disponível online em:* <https://www.wbur.org/hereandnow/2020/07/14/understanding-implicit-racial-bias>
- Hetey, R. C., & Eberhardt, J. L. 2018. The Numbers Don't Speak for Themselves: Racial Disparities and the Persistence of Inequality in the Criminal Justice System. *Current Directions in Psychological Science*. <https://doi.org/10.1177/0963721418763931>
- Higgins, C., Nettell, R., Furukawa, G., & Sakoda, K. 2012. Beyond contrastive analysis and codeswitching: Student documentary filmmaking as a challenge to linguisticism in Hawai'i. *Linguistics and Education*. <https://doi.org/10.1016/j.linged.2011.10.002>.
- Hirschfeld, L. A., & Dijk, T. A. Van. 1988. Communicating Racism: Ethnic Prejudice in Thought and Talk. *Contemporary Sociology*. <https://doi.org/10.2307/2070529>.
- Hogg, M. A., & Vaughan, G. M. 2011. Social Psychology. *Social Psychology*.
- Hosoda, M., & Stone-Romero, E. 2010. The effects of foreign accents on employment-related decisions. *Journal of Managerial Psychology*. <https://doi.org/10.1108/02683941011019339>.
- INE – Instituto Nacional de Estatística (2019). População estrangeira com estatuto legal de residente (N.º) por Sexo; Anual. Disponível online em https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=00

01274&contexto=bd&selTab=tab2 [Dezembro 2019].

- Kashima, Y., Klein, O., & Clark, A. E. 2011. Grounding: Sharing information in social interaction. *Social Communication*. <https://doi.org/10.4324/9780203837702>.
- Keppel, G., & Wickens, T. D. 2004. Analytical Comparisons Among Treatment Means. *Design and Analysis: A Researcher's Handbook*.
- Kim, R., Roberson, L., Russo, M., & Briganti, P. 2019. Language Diversity, Nonnative Accents, and Their Consequences at the Workplace: Recommendations for Individuals, Teams, and Organizations. *Journal of Applied Behavioral Science*. <https://doi.org/10.1177/0021886318800997>.
- King, E. B., Shapiro, J. R., Hebl, M. R., Singletary, S. L., & Turner, S. 2006. The stigma of obesity in customer service: A mechanism for remediation and bottom-line consequences of interpersonal discrimination. *Journal of Applied Psychology*. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.3.579>.
- Kristiansen, G. 2001. Social and linguistic stereotyping: a cognitive approach to accents. *Estudios Ingleses de La Universidad Complutense*. https://doi.org/10.5209/rev_EIUC.2001.n9.8987.
- Lambert, W. E. 1967. A Social Psychology of Bilingualism. *Journal of Social Issues*. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1967.tb00578.x>.
- Leach, C. W., Ellemers, N., & Barreto, M. 2007. Group Virtue: The Importance of Morality (vs. Competence and Sociability) in the Positive Evaluation of In-Groups. *Journal of Personality and Social Psychology*. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.93.2.234>.
- Lee, Y. T., & Ottati, V. 2002. Attitudes toward U.S. immigration policy: The roles of in-group-out-group bias, economic concern, and obedience to law. *Journal of Social Psychology*. <https://doi.org/10.1080/00224540209603922>.
- Lima, M. E. O., & Vala, J. 2004. As novas formas de expressão do preconceito e do racismo. *Estudos de Psicologia (Natal)*. <https://doi.org/10.1590/s1413-294x2004000300002>.
- Lindemann, S. 2003. Koreans, Chinese or Indians? Attitudes and ideologies about non-native English speakers in the United States. *Journal of Sociolinguistics*. <https://doi.org/10.1111/1467-9481.00228>.
- Livingston, B. A., Schilpzand, P., & Erez, A. 2014. Not What You Expected to Hear: Accented Messages and Their Effect on Choice. *Journal of Management*. <https://doi.org/10.1177/0149206314541151>.
- Lowery, B. S., Hardin, C. D., & Sinclair, S. 2001. Social influence effects on automatic racial prejudice. *Journal of Personality and Social Psychology*. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.81.5.842>.
- Maeso, S. R. 2019. O Estado de negação e o presente-futuro do antirracismo: Discursos oficiais sobre racismo, 'multirracialidade' e pobreza em Portugal (1985-2016). *Revista Direito e Práxis*. <https://doi.org/10.1590/2179-8966/2019/43883>.

- Mai, R., & Hoffmann, S. 2014. Accents in Business Communication: An integrative model and propositions for future research. *Journal of Consumer Psychology*. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2013.09.004>.
- Maison, D., Greenwald, A. G., & Bruin, R. H. 2004. Predictive validity of the implicit association test in studies of brands, consumer attitudes, and behavior. *Journal of Consumer Psychology*. https://doi.org/10.1207/s15327663jcp1404_9.
- Marôco, J. (2011). *Análise estatística com o SPSS Statistics [Statistical analysis using SPSS Statistics]* (5ª Edição). Pero Pinheiro, Portugal: ReportNumber, Lda.
- Martinovic, B., & Verkuyten, M. 2013. “We were here first, so we determine the rules of the game”: Autochthony and prejudice towards out-groups. *European Journal of Social Psychology*. <https://doi.org/10.1002/ejsp.1980>.
- McConahay, J. B. 1986. Modern racism, ambivalence, and the modern racism scale. *Prejudice, Discrimination, and Racism*.
- Mota, D. D. C. de F., & Pimenta, C. A. de M. 2007. Avaliação e mensuração de variáveis psicossociais: desafio para pesquisa e clínica de enfermagem. *Revista Gaúcha de Enfermagem*.
- Nelson, L. R., Signorella, M. L., & Botti, K. G. 2016. Accent, Gender, and Perceived Competence. *Hispanic Journal of Behavioral Sciences*. <https://doi.org/10.1177/0739986316632319>.
- Nesdale, D., & Rooney, R. 1996. Evaluations and stereotyping of accented speakers by pre-adolescent children. *Journal of Language and Social Psychology*. <https://doi.org/10.1177/0261927X960152002>.
- Nguyen, L. T. 2010. *Employment decisions as a function of an applicant's accent*. <https://doi.org/10.1037/e518392013-109>.
- Padilla, B., Azevedo, J., & Olmos-Alcaraz, A. 2015. Superdiversity and conviviality: exploring frameworks for doing ethnography in Southern European intercultural cities. *Ethnic and Racial Studies*. <https://doi.org/10.1080/01419870.2015.980294>.
- Pantos, A. J., & Perkins, A. W. 2012. Measuring Implicit and Explicit Attitudes Toward Foreign Accented Speech. *Journal of Language and Social Psychology*. <https://doi.org/10.1177/0261927X12463005>.
- Pedersen, A., & Walker, I. 1997. Prejudice against Australian Aborigines: Old-fashioned and modern forms. *European Journal of Social Psychology*. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0992\(199709/10\)27:5<561::AID-EJSP833>3.0.CO;2-3](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0992(199709/10)27:5<561::AID-EJSP833>3.0.CO;2-3).
- Pereira, C., Torres, A. R. R., & Almeida, S. T. 2003. Um estudo do preconceito na perspectiva das representações sociais: análise da influência de um discurso justificador da discriminação no preconceito racial. *Psicologia: Reflexão e Crítica*.

<https://doi.org/10.1590/s0102-79722003000100010>.

- Perkins, A., & Forehand, M. 2010. Implicit social cognition and indirect measures in consumer behavior. *Handbook of implicit social cognition: Measurement, theory, and applications*.
- Rakić, T., Steffens, M. C., & Mummendey, A. 2011. When it matters how you pronounce it: The influence of regional accents on job interview outcome. *British Journal of Psychology*. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8295.2011.02051.x>.
- Reid, L. 1990. Appalachian english stereotypes: Language attitudes in kentucky. *Language in Society*. <https://doi.org/10.1017/S0047404500014548>.
- Reis, N. N., & Guerra, R. 2018. Cheguei primeiro! Autoctonia e nostalgia nacional como mecanismos de redução do preconceito. *Análise Psicológica*. <https://doi.org/10.14417/ap.1411>.
- Rickford, J. R., Duncan, G. J., Gennetian, L. A., Gou, R. Y., Greene, R., et al. 2015. Neighborhood effects on use of African-American Vernacular English. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*. <https://doi.org/10.1073/pnas.1500176112>.
- Rodriguez, J. I., Cargile, A. C., & Rich, M. D. 2004. Reactions to African-American vernacular English: Do more phonological features matter? *Western Journal of Black Studies*.
- Rubin, D. L., & Smith, K. A. 1990. Effects of accent, ethnicity, and lecture topic on undergraduates' perceptions of nonnative English-speaking teaching assistants. *International Journal of Intercultural Relations*. [https://doi.org/10.1016/0147-1767\(90\)90019-S](https://doi.org/10.1016/0147-1767(90)90019-S).
- Ruel, E., Wagner, W. E., & Gillespie, B. J. 2018. The Practice of Survey Research: Theory and Applications. *The Practice of Survey Research: Theory and Applications*. <https://doi.org/10.4135/9781483391700>.
- Ruscher, J. B. 1998. Prejudice and Stereotyping in Everyday Communication. *Advances in Experimental Social Psychology*. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60385-8](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60385-8).
- Ryan, E. B. 1983. Social Psychological Mechanisms Underlying Native Speaker Evaluations of Non-Native Speech. *Studies in Second Language Acquisition*. <https://doi.org/10.1017/S0272263100004824>.
- Santos, L. B. dos. 2013. Prejudice, discrimination, luso-tropicalism, lusophony, and organizational justice in Portugal, from the point of view of brazilian immigrants. *Revista Psicologia Organizações e Trabalho*.
- Segrest Purkiss, S. L., Perrewé, P. L., Gillespie, T. L., Mayes, B. T., & Ferris, G. R. 2006. Implicit sources of bias in employment interview judgments and decisions. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2006.06.005>.

- Silva, J. 2016. Being aware of our own implicit prejudice – A study on implicit attitudes and self-awareness. *IUL School of Social Sciences*.
- Silveira, P. 2016. *Language Prejudice in an organizational context in Portugal : The effect of Brazilian and British accents on perceived work-related , individual and group-related characteristics*. IUL School of Social Sciences.
- Snyder, M., Tanke, E. D., & Berscheid, E. 1977. Social perception and interpersonal behavior: On the self-fulfilling nature of social stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.35.9.656>.
- Stanford SPARQ & California Department of Justice. (2016). Principled policing training: Procedural justice and implicit bias. Retrieved from <https://stanford.app.box.com/s/e3ik3z20be2k9k6p6pluo9o42wdz5cni>
- Stockwell, P. 2002. Sociolinguistics A Resource Book for Students. *System*.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. 1986. The social identity theory of intergroup behaviour. *S. Worchel & W. G. Austin (Eds.)*.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. 1986. The social identity of intergroup behavior. *Psychology and intergroup relations*. <https://doi.org/10.4135/9781483346274.n163>.
- Turban, D. B., & Jones, A. P. 1988. Supervisor-Subordinate Similarity: Types, Effects, and Mechanisms. *Journal of Applied Psychology*. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.73.2.228>.
- Vala, J., Brito, R., & Lopes, D. 2015. *Expressão dos racismos em Portugal*. Imprensa de Ciências Sociais.
- Vala, J., & Lopes, R. C. 2016. Categorização social e fatores ideológicos na dinâmica das relações intergrupais. *Níveis de análise e formas de intervenção em psicologia social*.
- Vala, J., Pereira, C. R., Lima, M. E. O., & Leyens, J. P. 2012. Intergroup Time Bias and Racialized Social Relations. *Personality and Social Psychology Bulletin*. <https://doi.org/10.1177/0146167211429746>.
- Verhoeven, J. 2002. The Communicative Setting and Markers in Speech. *Phonetic Work in Progress*, (January 2002): 177–190.
- Verkuyten, M., Martinovic, B., & Smeekes, A. 2014. The Multicultural Jigsaw Puzzle: Category Indispensability and Acceptance of Immigrants' Cultural Rights. *Personality and Social Psychology Bulletin*. <https://doi.org/10.1177/0146167214549324>.
- Walker, L. 1994. Attitudes to minorities: Survey evidence of Western Australians' attitudes to Aborigines, Asians, and women. *Australian Journal of Psychology*, 46(3): 137–143.
- Wang, Z., Arndt, A. D., Singh, S. N., Biernat, M., & Liu, F. 2013. “You Lost Me at Hello”: How and when accent-based biases are expressed and suppressed. *International Journal of Research in Marketing*. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2012.09.004>.

Wittenbrink, B., & Schwarz, N. 2007. Implicit measures of attitudes. *Of Attitudes*.

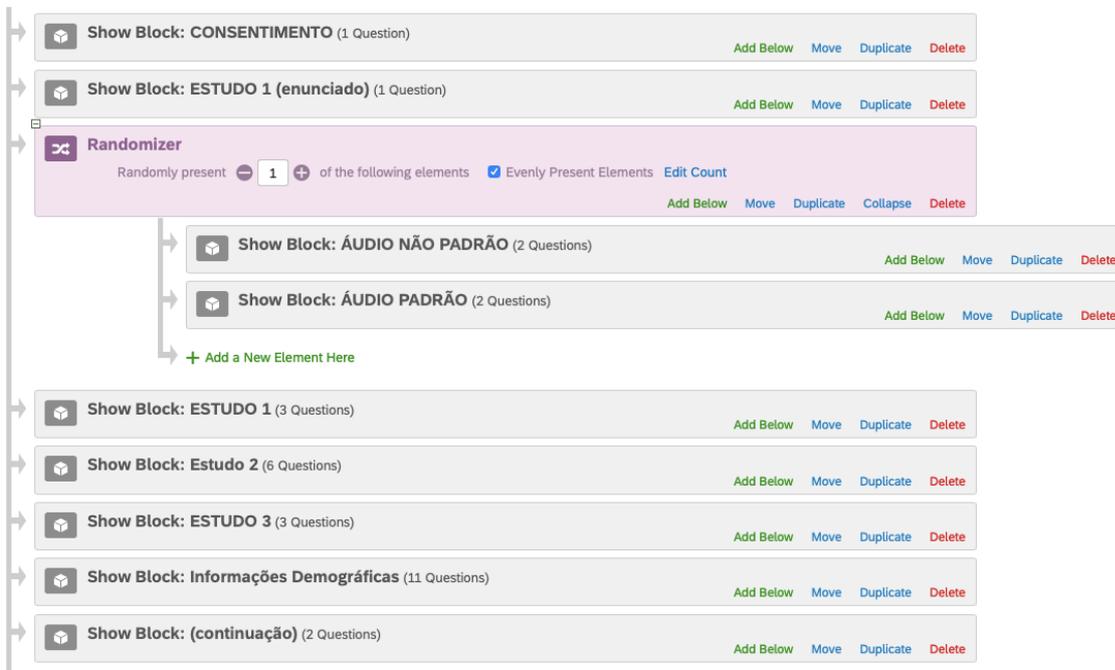
Zaki, J. 2013. Cue Integration: A Common Framework for Social Cognition and Physical Perception. *Perspectives on Psychological Science*.
<https://doi.org/10.1177/1745691613475454>.

Ziegert, J. C., & Hanges, P. J. 2005. Employment discrimination: The role of implicit attitudes, motivation, and a climate for racial bias. *Journal of Applied Psychology*.
<https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.3.553>.

ANEXOS

ANEXO A

1.1 Survey Flow



1.2 Questionário Aplicado

Caro(a) participante,

O meu nome é Inês Ferreira Machado, frequento o mestrado de Gestão no ISCTE Business School e atualmente estou a realizar uma investigação sobre algumas atitudes e comportamentos em Portugal, no âmbito da minha dissertação.

Peço a sua colaboração, respondendo a um questionário composto por **três estudos distintos** que, ao todo, correspondem a cerca de **6 minutos**. Não existem respostas certas ou erradas e todos os dados obtidos são **confidenciais e anónimos**.

Agradeço previamente a sua participação. Se surgir alguma questão ou tiver interesse nos resultados obtidos, por favor não hesite em contactar-me.

Inês Ferreira Machado
iifmo@iscte.pt

Declaração para participar no estudo:

Eu declaro que sou maior de 18 anos e que a minha participação é voluntária, podendo abandonar este questionário a qualquer momento.

- Sim, eu declaro
- Não, eu não declaro

ESTUDO 1

O presente estudo pretende analisar a eficácia do telemarketing, sendo que, atualmente, e principalmente dada a situação que estamos a passar, é uma das ferramentas mais utilizadas pelas empresas.

Imagine que quer vender a sua casa. Sendo um bem que lhe diz muito, tem de escolher o profissional certo para a vender.

*Irá ouvir **uma** de **várias** gravações recolhidas, que diferem em várias características que acreditamos poderem influenciar a eficácia de um discurso de vendas, como características de qualidade do áudio (volume, som de fundo), características do orador (tom de voz, velocidade da fala), características da mensagem (duração, detalhes). Por favor, oiça com atenção e tente responder sem pensar nas características específicas.*



Por favor, carregue no play.

Há quantos anos o/a funcionário/a que acabou de ouvir trabalha no ramo imobiliário?

- 1
- 2
- Não sei

Com base no áudio que ouviu, indique numa escala de 1 a 5 (1 = Nada; 5 = Extremamente) até que ponto considera que este/a funcionário/a é:

	1 (Nada)	2	3	4	5 (Extremamente)
Competente	<input type="radio"/>				
Profissional	<input type="radio"/>				
Amigável	<input type="radio"/>				
Simpático	<input type="radio"/>				
Honesto	<input type="radio"/>				
De Confiança	<input type="radio"/>				
Bem-sucedido	<input type="radio"/>				
Instruído	<input type="radio"/>				

Indique, por favor, a sua opinião relativamente às seguintes declarações:

	Discordo totalmente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
1. Acredito que este funcionário é a pessoa certa para vender a minha casa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Eu contrataria este funcionário para ficar encarregue de vender a minha casa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Eu provavelmente contrataria uma pessoa melhor para vender a minha casa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Se a minha casa for do segmento de luxo eu mais provavelmente contratarei este funcionário.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Se a minha casa for de um segmento mais baixo eu mais provavelmente contratarei este funcionário.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTUDO 2

O objetivo deste estudo é perceber melhor os hábitos desportivos da população atualmente. Assinale para cada pergunta, a ou as opções que melhor correspondem à sua opinião.

Prefere fazer desporto:

- Ao ar livre
 - Num ginásio
-

Pratica alguma modalidade?

- Sim
 - Não
-

Frequenta um ginásio?

- Sim
 - Não
-

Por favor responda à seguinte declaração, escolhendo todas as opções que se aplicam:
Frequento um ginásio porque...

- Me faz sentir bem psicologicamente
- Gosto de ver os resultados
- Me mantém mais ativo/a
- Outra:

Por favor responda à seguinte declaração, escolhendo todas as opções que se aplicam:
Apesar de não frequentar um ginásio, acredito que se o fizesse...

- Me faria bem psicologicamente
- Iria gostar de ver os resultados.
- Me manteria mais ativo e saudável.
- Outra:

ESTUDO 3

O presente estudo tem como objetivo entender atitudes e comportamentos perante a imigração em Portugal. Relembro que todo o questionário é feito de forma anónima.

Indique, por favor, a sua opinião relativamente às seguintes declarações:

	Discordo totalmente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
1. Quando penso em imigrantes e nos Portugueses vejo-nos como: um único grupo de Portugueses.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Embora Portugal seja uma sociedade diversa, sinto que todos nós pertencemos a uma comunidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Todos os grupos em conjunto fazem a sociedade Portuguesa, mas somos grupos distintos pelas nossas diferenças culturais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Por causa das nossas diferentes origens, sinto que somos dois subgrupos, apesar de sermos um país e termos que trabalhar em conjunto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Cada país pertence aos seus habitantes originais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Os habitantes originais de cada país têm mais direito a definir as "regras do jogo".	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Os Portugueses "nativos" devem ter mais direitos que os imigrantes porque estavam em Portugal primeiro.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Discordo totalmente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
8. Quando vou fazer compras prefiro ser atendido por um funcionário português do que por um funcionário imigrante.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Prefiro ouvir um sotaque nativo português do que um sotaque estrangeiro.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

INFORMAÇÕES DEMOGRÁFICAS

Género:

- Masculino
 - Feminino
 - Outro
-

Idade:

- 18 - 24 anos
- 25 - 39 anos
- 40 - 54 anos
- 55 - 69 anos
- 70 anos ou mais

Habilitações académicas:

- 1º ciclo (1º - 4ª classe)
- 2º/3º ciclo (5º - 9º ano)
- Secundário (10º - 12º)
- Licenciatura
- Pós-Graduação
- Mestrado
- Doutoramento
- Outro:

Nacionalidade:

- Portuguesa
- Outra. Qual?

Naturalidade:

- Portuguesa
- Outra. Qual?

Com que idade veio para Portugal?

Situação Profissional:

- Estudante
- Trabalhador por contra de outrem
- Trabalhador por conta própria
- Desempregado/a
- Reformado/a
- Outro:

Escalões de rendimento mensal bruto:

- Até 699€
- 700€ - 899€
- 900€ - 1999€
- 2000€ - 3999€
- 4000€ ou mais

Já sabia o tema desta investigação antes de começar o questionário?

- Sim
- Não

Qual considera ser a finalidade deste estudo? Por favor descreva.

Qual o sexo da pessoa que ouviu no áudio do estudo 1 (telemarketing)?

- Feminino
- Masculino
- Outro

De onde pensa ser a pessoa que ouviu no áudio do estudo 1?

- Norte de Portugal
- Centro de Portugal
- Fora de Portugal. Onde?

ANEXO B

2.1 Caracterização da Amostra

2.1.1 Estatística geral dos inquiridos

Statistics						
		Género:	Idade:	Escalões de rendimento mensal bruto:	Habilitações académicas: - Selected Choice	Situação Profissional: - Selected Choice
N	Valid	383	383	283	383	383
	Missing	0	0	100	0	0
Mean		1,65	2,08	3,06	4,34	2,25
Std. Deviation		,477	1,117	,984	1,123	1,159
Minimum		1	1	1	2	1
Maximum		2	5	5	8	6

2.1.2 Género

Género:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Masculino	133	34,7	34,7	34,7
	Feminino	250	65,3	65,3	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

2.1.3 Idade

Idade:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 - 24 anos	158	41,3	41,3	41,3
	25 - 39 anos	97	25,3	25,3	66,6
	40 - 54 anos	77	20,1	20,1	86,7
	55 - 69 anos	43	11,2	11,2	97,9
	70 anos ou mais	8	2,1	2,1	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

2.1.4 Escalões de rendimento bruto

Escalões de rendimento mensal bruto:					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Até 699€	23	6,0	8,1	8,1
	700€ - 899€	39	10,2	13,8	21,9
	900€ - 1999€	141	36,8	49,8	71,7
	2000€ - 3999€	59	15,4	20,8	92,6
	4000€ ou mais	21	5,5	7,4	100,0
	Total	283	73,9	100,0	
Missing	System	100	26,1		
Total		383	100,0		

2.1.5 Habilitações académicas

Habilitações académicas: - Selected Choice

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2º/3º ciclo (5º – 9º ano)	6	1,6	1,6	1,6
	Secundário (10º – 12º)	75	19,6	19,6	21,1
	Licenciatura	179	46,7	46,7	67,9
	Pós-Graduação	37	9,7	9,7	77,5
	Mestrado	81	21,1	21,1	98,7
	Doutoramento	2	,5	,5	99,2
	Outro:	3	,8	,8	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

2.1.6 Situação profissional

Situação Profissional: - Selected Choice

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Estudante	80	20,9	20,9	20,9
	Trabalhador por contra de outrem	214	55,9	55,9	76,8
	Trabalhador por conta própria	47	12,3	12,3	89,0
	Desempregado/a	9	2,3	2,3	91,4
	Reformado/a	22	5,7	5,7	97,1
	Outro:	11	2,9	2,9	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

ANEXO C

3.1. Estudo Experimental

3.1.1. Análise de fiabilidade

3.1.1.1. Competência

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	383	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	383	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,888	2

3.1.1.2. Calor

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	383	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	383	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,908	2

3.1.1.3. Ética

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	383	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	383	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,894	2

3.1.1.4. Estatuto

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	383	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	383	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,858	2

3.1.1.5. Intenção de Contratar

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	383	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	383	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,870	3

3.1.2. Avaliação do funcionário e intenção de contratar

Group Statistics

	Grupos_Sotaque	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Competência	Sotaque Português	200	3,7800	,76782	,05429
	Sotaque Angolano	183	2,9235	,86421	,06388
Ética	Sotaque Português	200	3,3925	,87379	,06179
	Sotaque Angolano	183	2,9235	,88928	,06574
Calor	Sotaque Português	200	3,3900	,89690	,06342
	Sotaque Angolano	183	3,0519	,93249	,06893
Estatuto	Sotaque Português	200	3,5500	,80357	,05682
	Sotaque Angolano	183	2,6038	,78105	,05774
Intenção_Contratar	Sotaque Português	200	3,1367	,79445	,05618
	Sotaque Angolano	183	2,4244	,82184	,06075
Indique, por favor, a sua opinião relativamente às seguintes declarações: - 4. Se a minha casa for do segmento de luxo eu mais provavelmente contratarei este funcionário.	Sotaque Português	200	2,89	1,016	,072
	Sotaque Angolano	183	2,10	,932	,069
Indique, por favor, a sua opinião relativamente às seguintes declarações: - 5. Se a minha casa for de um segmento mais baixo eu mais provavelmente contratarei este funcionário.	Sotaque Português	200	3,19	,914	,065
	Sotaque Angolano	183	2,80	,930	,069

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances				
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
Competência	Equal variances assumed	1,498	,222	10,270	381	,000
	Equal variances not assumed			10,216	365,478	,000
Ética	Equal variances assumed	,420	,517	5,203	381	,000
	Equal variances not assumed			5,199	376,717	,000
Calor	Equal variances assumed	,000	,983	3,616	381	,000
	Equal variances not assumed			3,609	374,869	,000
Estatuto	Equal variances assumed	,464	,496	11,665	381	,000
	Equal variances not assumed			11,680	379,603	,000
Intenção_Contratar	Equal variances assumed	2,416	,121	8,621	381	,000
	Equal variances not assumed			8,608	375,331	,000
Indique, por favor, a sua opinião relativamente às seguintes declarações: - 4. Se a minha casa for do segmento de luxo eu mais provavelmente contratarei este funcionário.	Equal variances assumed	,603	,438	7,919	381	,000
	Equal variances not assumed			7,950	380,997	,000
Indique, por favor, a sua opinião relativamente às seguintes declarações: - 5. Se a minha casa for de um segmento mais baixo eu mais provavelmente contratarei este funcionário.	Equal variances assumed	1,400	,237	4,106	381	,000
	Equal variances not assumed			4,103	376,685	,000

t-test for Equality of Means			
Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
,85650	,08340	,69252	1,02049
,85650	,08384	,69164	1,02137
,46900	,09015	,29176	,64625
,46900	,09022	,29161	,64639
,33809	,09351	,15423	,52194
,33809	,09367	,15391	,52227
,94617	,08111	,78670	1,10565
,94617	,08101	,78690	1,10545
,71226	,08262	,54981	,87471
,71226	,08274	,54956	,87496
,792	,100	,595	,988
,792	,100	,596	,987
,387	,094	,202	,573
,387	,094	,202	,573

3.2. Estudo Descritivo

3.2.1. Representação de Grupo único; Dupla identidade e Autoctonia

		Statistics		
		Representaç ão_Grupo_Ún ico	Representaç ão_Dupla_Id entidade	Autoctonia
N	Valid	383	383	383
	Missing	0	0	0
Mean		3,2924	3,3446	2,4352
Std. Deviation		,84266	,79594	,90363
Minimum		1,00	1,00	1,00
Maximum		5,00	5,00	5,00
Percentiles	25	3,0000	3,0000	2,0000
	50	3,5000	3,5000	2,3333
	75	4,0000	4,0000	3,0000

3.2.2. Preferência no Atendimento

		Statistics	
Preferência Atendimento			
N	Valid	383	
	Missing	0	
Mean		2,3094	
Std. Deviation		1,04241	
Minimum		1,00	
Maximum		5,00	
Percentiles	25	1,5000	
	50	2,0000	
	75	3,0000	