

Capacitação em Psicologia Organizacional: Comunicação empresarial - O Efeito Halo na Comunicação Empresarial

Professora: Maria de Fatima Feitoza Barros
Psicóloga CRP 15/0305

O **efeito halo** é a tendência humana de julgar uma pessoa ou objeto com base em uma única característica. É a capacidade de ver alguém e tirar conclusões com base em um único elemento.

O termo **efeito de halo** foi criado pelo psicólogo americano Edward Thorndike, que afirmava que o cérebro humano julga, analisa e tira conclusões de uma pessoa a partir de uma única característica, e formula um estereótipo global do indivíduo com este único fator – como aparência, vestimenta, postura, fala etc.

Durante a Primeira Guerra Mundial, Edward Thorndike analisou os critérios que os comandantes usavam na avaliação dos soldados que estavam sob sua tutela.

Com esse estudo, foi observado que existia uma grande correlação entre os que eram considerados mais bonitos e os que também eram vistos como mais habilidosos.

O estudo apontou que **temos a tendência de sentir simpatia ou antipatia por alguém, por causa de um atributo.**

Esse efeito faz com que criemos estereótipos por meio de suposições sobre algo ou alguém, através de informações que não conhecemos.

À primeira vista, essa facilidade de julgamento pode não parecer prejudicial, no entanto, ele pode afetar a sua forma de tratar as pessoas, podendo sim, ser prejudicial na sua convivência com elas.

Dependendo do seu trabalho, o efeito halo pode prejudicar outras pessoas.

Se alguém tem como função entrevistar pessoas para vagas de emprego e for guiado pelo efeito halo, ela pode deixar de contratar um ótimo profissional apenas porque não gostou de alguma característica dele.

O efeito halo pode afetar a forma com que uma pessoa trata a outra, podendo prejudicar a outra pessoa ou o desenvolvimento de um trabalho em uma empresa, por conta de uma falha de comunicação causada por dificuldades para se relacionar com essa pessoa.

Portanto, pode afetar tanto a nossa vida pessoal, quanto profissional.

Uma empresa pode colocar uma pessoa em um cargo muito elevado, de grande responsabilidade, superestimando as qualidades e habilidades do profissional e, assim, ela pode ser prejudicada.

Nos negócios, o efeito halo pode prejudicar a empresa ao subestimar ou superestimar os profissionais.

Para que sejam evitados julgamentos precipitados, **é essencial parar de avaliar sucesso e fracasso pelo resultado**. Ao invés disso, é preciso **verificar todas as variáveis do processo**.

Isso porque, com um olhar mais criterioso, é possível identificar hábitos de sucesso e aspectos a serem aprimorados.

Dentro de uma empresa é essencial que os colaboradores saibam identificar quais são os valores da empresa e como se portar diante deles.

Se faz necessário que as pessoas desenvolvam a compreensão desse efeito com a realização de treinamento, workshop, onde as relações sejam muito bem trabalhadas.

É muito importante que uma empresa dê espaço de fala aos seus colaboradores, o que fará com que os mesmos se sintam mais à vontade para dar feedbacks e seus pontos de vista sobre os projetos.

Consequentemente, os gestores têm mais informações para avaliar os processos, evitando cair em julgamentos precipitados.