



ALÉM DA PRIMEIRA IMPRESSÃO: O EFEITO HALO NO CONTEXTO LABORAL

BEYOND FIRST IMPRESSIONS: THE HALO EFFECT IN THE WORKPLACE

Mariana Silva Robaina Nery¹

Vanessa Alves Pereira²

Em âmbito global, observa-se que indivíduos exercem diversas funções profissionais e, em algum momento, passaram por processos de contratação. Nesse contexto, o primeiro contato estabelecido durante tais processos pode se configurar como um fator determinante para a efetivação do candidato. Ademais, em determinadas circunstâncias, essa impressão inicial pode servir como base para a atribuição de características ao profissional contratado. O presente trabalho tem por objetivo investigar a teoria do Efeito Halo e em como pode influenciar nos processos decisórios de contratação e avaliação de desempenho no contexto organizacional, examinando seus impactos na cultura interna e nas práticas de equidade da empresa. Para a construção deste trabalho, optou-se por uma revisão bibliográfica, que foram consultadas bases de dados como revistas científicas e Google Acadêmico, em achados do ano de 2025, na língua portuguesa, sendo as palavras de busca “Psicologia Organizacional”, “recrutamento e seleção”, “Efeito Halo”, “Efeito Halo nas organizações” e “Efeito Halo no processo de recrutamento e seleção”, o que demonstrou certa escassez no material encontrado na área de interesse. O estudo pode demonstrar que o Efeito Halo favorece a ocorrência de vieses e desigualdades, beneficiando alguns colaboradores em detrimento de outros, o que compromete práticas justas de reconhecimento, promoção e desenvolvimento profissional. O que constitui um tema de grande relevância para a psicologia organizacional, uma vez que descreve como uma única característica, seja positiva ou negativa, pode influenciar de maneira significativa a percepção global sobre um indivíduo. Esse viés cognitivo leva à generalização de julgamentos, fazendo com que outras características sejam avaliadas de forma favorável ou desfavorável, mesmo na ausência de evidências concretas que sustentem tais inferências, segundo autores como Solomon Asch (1946) e Thorndike 1920. Conclui-se que este trabalho é de grande relevância para compreender como que nossas impressões sobre o outro tende a possibilidade de se sobressair sobre as demais características, anulando qualquer possibilidade adversa e que a

¹ Acadêmica do curso de Psicologia da Unifimes. E-mail: marianasilvanery16032018@academico.unifimes.edu.br

² Docente do curso de Psicologia da Unifimes. E-mail: vanessa.alves@unifimes.edu.br



psicologia organizacional pode ser influenciada e influenciar nesse campo de contratação, com isso, vale ressaltar a importância da qualificação e do profissionalismo dos profissionais responsáveis por recrutar e selecionar candidatos.

Palavras-chave: Efeito Halo. Psicologia Organizacional. Influência. Impacto.

Keywords: Halo Effect. Organizational Psychology. Influence. Impact.