

2025

**SUSANA
COELHO**

**Conversas da Treta nas Organizações:
O Papel Moderador da Personalidade na relação
entre o *Bullshit* Organizacional com a Satisfação
Laboral e a Intenção de Saída.**

2025

**SUSANA
COELHO**

**Conversas da Treta nas Organizações:
O Papel Moderador da Personalidade na relação
entre o *Bullshit* Organizacional com a Satisfação
Laboral e a Intenção de Saída.**

Dissertação apresentada à Faculdade de Ciências
Sociais e Tecnologia, da Universidade Europeia, para
cumprimento dos requisitos necessários à obtenção
do grau de Mestre em Psicologia Social e das
Organizações realizada sob a orientação científica do
Professor Doutor Luís-José Andrade, Professor
Auxiliar da Universidade Europeia.

agradecimentos

Concluir este percurso académico representa não apenas a concretização de um objetivo, mas também a celebração das pessoas que, com generosidade, dedicação e afeto, fizeram parte desta jornada e me acompanharam ao longo do caminho.

Em primeiro lugar, expresso a minha mais profunda gratidão ao Professor Doutor Luís-José Andrade, Coordenador do Mestrado em Psicologia Organizacional na Universidade Europeia e orientador desta dissertação. O seu contributo foi absolutamente determinante, não apenas enquanto orientador académico, mas, sobretudo, enquanto mentor. A sua sabedoria, disponibilidade e exigência generosa foram pilares fundamentais na construção deste trabalho. Admiro profundamente o seu percurso e personalidade, sendo para mim uma referência na forma como orienta, motiva e inspira.

À minha colega e amiga Carolina Estoura, deixo um agradecimento sentido pelo apoio incondicional e pela força transmitida em todos os momentos. A tua amizade, companheirismo e energia positiva foram essenciais ao longo destes anos. Criámos uma ligação especial que levarei para sempre comigo, com a certeza de que esta amizade ultrapassa o contexto académico e perdurará ao longo da vida.

Aos meus familiares, agradeço por me acompanharem e apoiarem nos momentos em que mais precisei, a vossa presença constante e fonte de motivação.

Por fim, agradeço a mim mesma. Pela resiliência perante todos os desafios, pela motivação que mantive firme e pela dedicação com que percorri este caminho. Fi-lo movida por paixão— e é essa mesma paixão que continuará a guiar o meu caminho.

A todos aqueles que, de forma direta ou indireta, contribuíram para a realização deste projeto, deixo o meu mais sincero agradecimento.

palavras-chave

Bullshit Organizacional; Personalidade; Satisfação Laboral; Intenção de Saída; Comunicação Organizacional

resumo

O presente estudo teve como principal objetivo analisar o papel moderador dos traços de personalidade na relação entre o *bullshit* organizacional com os níveis de satisfação laboral e intenção de saída dos colaboradores. Partindo da premissa de que o impacto do *bullshit* no contexto organizacional pode variar consoante características individuais, procurou-se compreender de que forma diferentes perfis de personalidade intensificam ou atenuam os efeitos do *bullshit*.

Foi realizado um estudo quantitativo com uma amostra de 300 participantes em atividade profissional, provenientes de diferentes áreas. A recolha de dados foi efetuada através de um questionário *online*, composto por instrumentos validados que avaliam a perceção do *bullshit* organizacional, os traços de personalidade, a satisfação laboral e a intenção de saída. Para a análise dos dados, recorreram-se a modelos de regressão e testes de moderação para avaliar as relações entre as variáveis.

Os resultados evidenciam que a perceção do *bullshit* organizacional associa-se negativamente à satisfação laboral e positivamente à intenção de saída. Além disso, verificou-se que certos traços de personalidade – como a conscienciosidade, a amabilidade e o neuroticismo – moderam significativamente estas relações.

Estes resultados evidenciam que a forma como os colaboradores reagem a comunicações ambíguas ou desonestas no contexto organizacional não é uniforme, sendo influenciada pelas suas disposições individuais. Assim, destaca-se a importância de considerar as diferenças de personalidade na gestão organizacional e de fomentar uma cultura organizacional assente na transparência e autenticidade. Tal abordagem poderá contribuir para minimizar os efeitos negativos do *bullshit* organizacional e promover um ambiente de trabalho mais saudável e satisfatório para os seus colaboradores.

Keywords

Organizational Bullshit; Personality; Job Satisfaction; Turnover Intention; Organizational Communication.

abstract

This study aimed to analyze the moderating role of personality traits in the relationship between organizational bullshit and employees' job satisfaction and turnover intention. Based on the premise that the impact of bullshit in organizational contexts may vary depending on individual characteristics, the study sought to understand how different personality profiles intensify or mitigate the effects of bullshit.

A quantitative study was conducted with a sample of 300 working professionals from various fields. Data were collected through an online questionnaire consisting of validated instruments measuring perceptions of organizational bullshit, personality traits, job satisfaction, and turnover intention. Regression models and moderation analyses were employed to examine the relationships among the variables. The results show that perceptions of organizational bullshit are negatively associated with job satisfaction and positively associated with turnover intention. Furthermore, certain personality traits—such as conscientiousness, agreeableness, and neuroticism—significantly moderate these relationships. These findings highlight that employees' reactions to ambiguous or dishonest organizational communication are not uniform but are influenced by their individual dispositions. Therefore, the study underscores the importance of considering personality differences in organizational management and promoting a culture of transparency and authenticity. Such an approach may help minimize the negative effects of organizational bullshit and foster a healthier and more satisfying work environment for employees.

ÍNDICE

ÍNDICE DE FÍGURAS	6
ÍNDICE DE TABELAS	7
I. INTRODUÇÃO.....	9
II. REVISÃO DE LITERATURA	13
2.1. <i>Bullshit</i> Organizacional	13
2.2. Personalidade	18
2.3. Satisfação Laboral.....	20
2.4. Intenção de Saída	22
2.5. Relação entre as variáveis em estudo	24
III. MODELO E HIPÓTESES DE INVESTIGAÇÃO.....	27
3.1. Modelo de Investigação.....	27
3.2. Hipóteses	28
IV. Metodologia.....	29
4.1. Delineamento	29
4.2. Procedimento	29
4.3. Amostra	30
4.4. Instrumentos	32
4.4.1. Escala de <i>Bullshit</i> Organizacional	32
4.4.2. Escala da Personalidade	35
4.4.3. Escala da Satisfação Laboral.....	37
4.4.4. Escala de Intenção de Saída	39
V. RESULTADOS.....	40
5.1. Análise das Qualidades Métricas	40
5.1.1. Escala de <i>Bullshit</i> Organizacional	42
5.1.2. Escala da Personalidade	42
5.1.3. Escala da Satisfação Laboral.....	48
Escala de Intenção de Saída.....	50
5.2. Análise Descritiva das Variáveis em Estudo	52
5.3. Análise de Diferenças de Médias.....	54
5.4.2. Impacto da Variável Género nas Variáveis em Estudo	56
5.4.3. Impacto da Variável Chefia nas Variáveis em Estudo	60

5.4.4.	Teste de Hipóteses.....	64
VI.	DISCUSSÃO DE RESULTADOS.....	73
6.1.	Limitações e Estudos Futuros.....	84
6.2.	Implicações Práticas.....	86
VII.	CONCLUSÃO	83
VIII.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	84
IX.	ANEXOS	97
	Anexo A – Questionário	97
	Anexo A.1. – Consentimento Informado.....	97
	Anexo A.2. – Organizational Bullshit Perception Scale	98
	Anexo A.3. – Escala de Inventário da Personalidade – Big Five	99
	Anexo A.4. – Escala de Satisfação no Trabalho	101
	Anexo A.5. – Escala de Intenção de Saída	102
	Anexo A.6. – Questionário Sociodemográfico	103
	Anexo B – Processo de tradução-retroversão da Organizational Bullshit Perception Scale ...	104
	Anexo C – Análise de dados das Hipóteses Infirmadas.....	105

ÍNDICE DE FÍGURAS

Figura 1: Modelo Teórico de Investigação.....	28
Figura 2: Representação gráfica da moderação do Neuroticismo para a relação entre o Anti-bullshit e aSaída Extrema	67
Figura 3: Representação gráfica da moderação do Amabilidade para a relação entre o Anti-bullshit e a Satisfação Intrínseca	70
Figura 4: Representação gráfica da moderação do Amabilidade para a relação entre o Anti-bullshit e a Satisfação Extrínseca	70
Figura 5: Representação gráfica da moderação do Neuroticismo para a relação entre o Anti-bullshit e a Satisfação Intrínseca	72

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1: Diferentes compreensões de <i>Bullshit</i>	14
Tabela 2: Análise descritiva da amostra	31
Tabela 3: Escala de <i>Bullshit</i> Organizacional	34
Tabela 4: Escala da Personalidade	36
Tabela 5: Escala da Satisfação Laboral	38
Tabela 6: Escala de Intenção de Saída	39
Tabela 7: Valores de referência dos Índices de Ajustamento	40
Tabela 8: Critérios de Fiabilidade recomendados pelo alfa de <i>Cronbach</i>	41
Tabela 9: Parâmetros recomendados de Sensibilidade	42
Tabela 10: Teste ao ajustamento exato	43
Tabela 11: Índice de ajustamento da Escala <i>Bullshit</i> Organizacional.....	43
Tabela 12: Fiabilidade da Escala de <i>Bullshit</i> Organizacional.....	44
Tabela 13: Valores de Alfa de <i>Cronbach</i> da dimensão “ <i>Chefe Bullshitter</i> ” se item for excluído	44
Tabela 14: Sensibilidade da Escala de <i>Bullshit</i> Organizacional	45
Tabela 15: Teste ao ajustamento exato	46
Tabela 16: Índice de ajustamento da Escala de Personalidade	46
Tabela 17: Fiabilidade da Escala de Personalidade	47
Tabela 18: Sensibilidade da Escala de Personalidade	47
Tabela 19: Teste ao ajustamento exato	48
Tabela 20: Índice de ajustamento da Escala de Satisfação Laboral	48
Tabela 21: Fiabilidade da Escala de Satisfação Laboral	49
Tabela 22: Sensibilidade da Escala de Satisfação Laboral	50
Tabela 23: Teste ao ajustamento exato	50
Tabela 24: Análise fatorial Confirmatória à Escala de Intenção de Saída	50
Tabela 25: Fiabilidade da Escala de Intenção Saída	51
Tabela 26: Sensibilidade da Escala de Intenção Saída.....	51
Tabela 27: Comparação de Médias e Desvio de Padrão	53
Tabela 28: Matriz de correlação de Pearson entre variáveis de estudo e variáveis sociodemográficas	55

Tabela 29: Comparação de variáveis em estudo e género.....	58
Tabela 30: Comparação de variáveis em estudo e cargo de género.....	59
Tabela 31: Comparação de variáveis em estudo e cargo de chefia.....	62
Tabela 32: Comparação de variáveis em estudo e cargos de chefia	63
Tabela 33: Hipóteses de estudo	64
Tabela 34: Efeito moderador do Neuroticismo na relação entre o <i>Anti-bullshit</i> e a Intenção de Saída Extrema	69
Tabela 35: Efeito moderador da Amabilidade na relação entre o <i>Anti-bullshit</i> e a Satisfação Intrínseca	70
Tabela 36: Efeito moderador da Amabilidade na relação entre o <i>Anti-bullshit</i> e a Satisfação Extrínseca	71
Tabela 37: Efeito moderador da Extroversão na relação entre o <i>Anti-bullshit</i> e a Satisfação Extrínseca	72

I. INTRODUÇÃO

A Psicologia Organizacional tem como objetivo compreender como os fatores psicológicos influenciam o comportamento, o bem-estar e o desempenho dos colaboradores no contexto organizacional (Baron & Greenberg, 2008). Neste sentido, a interação entre o ambiente organizacional e as características individuais dos colaboradores tem vindo a merecer crescente atenção, particularmente no que se refere a fenómenos disfuncionais que podem comprometer tanto a eficácia organizacional quanto o bem-estar dos colaboradores (Schaufeli & Bakker, 2004).

Um desses fenómenos é o *bullshit* organizacional, conceito que ganhou relevância académica a partir do trabalho do filósofo Harry G. Frankfurt (1986). Frankfurt diferencia o *bullshit* da mentira, porque, neste caso, o emissor não está necessariamente a tentar enganar, mas sim a criar uma impressão sem preocupação com a veracidade. Por exemplo, declarações públicas feitas durante a campanha presidencial de Donald Trump, como a promessa de deportar milhões de imigrantes ilegais, foram consideradas *bullshit* porque o emissor não poderia garantir a veracidade da afirmação e aparentemente não se preocupava com isso (Frankfurt, 2016). Esta indiferença relativamente à verdade é o que caracteriza o *bullshit*, tornando-o um fenómeno comunicacional distinto e complexo.

Importa referir que, apesar da crescente atenção internacional dedicada ao fenómeno, o termo “*bullshit*” – especialmente no seu enquadramento académico e organizacional – ainda, não foi, até à data, amplamente discutido ou sistematizado na literatura científica portuguesa. Esta lacuna revela a necessidade de explorar e contextualizar o conceito no panorama organizacional nacional, promovendo uma compreensão mais aprofundada das suas implicações no ambiente de trabalho em Portugal.

No contexto português, o fenómeno do *bullshit* também se manifesta de forma significativa, especialmente no âmbito político. Tal como ocorre em outras democracias contemporâneas, as campanhas eleitorais e os discursos dos partidos políticos frequentemente recorrem a informações imprecisas, exageradas ou mesmo falsas, com o objetivo de influenciar a opinião pública e mobilizar eleitores. A proliferação de *fake news* e declarações controversas, muitas vezes desprovidas de fundamentação factual, tem gerado um ambiente comunicacional marcado pela desconfiança e pelo ceticismo relativamente às mensagens transmitidas pelas instituições políticas (Baptista et al., 2021; Baptista & Gradim, 2020). Um estudo recente do Observatório *Iberifier*, realizado durante a campanha para as eleições legislativas de março de 2024, identificou anúncios

pagos irregulares nas plataformas *Facebook* e *Youtube* que veiculavam desinformação direcionada a políticos do PS e do PSD. Esses conteúdos, que associavam líderes partidários a casos de corrupção de forma descontextualizada, alcançaram cerca de 2 milhões de contas, evidenciando o uso estratégico da desinformação para influenciar o eleitorado (Cardoso & MediaLab ISCTE-IUL, 2024). Este cenário demonstra como o *bullshit* está longe de ser um fenómeno isolado ou exclusivo de contextos estrangeiros, é também uma realidade preocupante em Portugal, refletindo uma cultura discursiva onde a preocupação com a veracidade cede lugar à persuasão e ao impacto imediato.

Contudo, o *bullshit* não se restringe a contextos políticos ou a casos isolados. Christensen, Kärreman e Rasche (2019) destacam que este fenómeno é amplamente social e está presente em diversas práticas comunicativas, incluindo as organizacionais. No ambiente de trabalho, a comunicação – elementos que, apesar de não terem necessariamente a intenção explícita de enganar, podem dificultar a comunicação clara e genuína entre os membros da organização.

Estes autores salientam que o aumento do *bullshit* em contextos organizacionais está relacionado com dinâmicas de poder e a necessidade de criar impressões favoráveis, muitas vezes em detrimento da transparência e da verdade. Fenómenos como modas de gestão, jargão e discursos estratégicos contribuem para esta proliferação, a qual, apesar de reconhecida pelos próprios membros das organizações, raramente é explicitamente rejeitada ou contestada (Christensen et al., 2019; Spicer, 2013, 2017).

Reconhecer o *bullshit* como um fenómeno disseminado e multifacetado implica analisá-lo não apenas como um problema ético ou comunicacional. Por isso, é fundamental compreender como o *bullshit* se manifesta e é percebido no ambiente de trabalho, para melhor identificar os seus efeitos no bem-estar, satisfação e produtividade dos colaboradores, bem como para desenvolver estratégias que promovam uma comunicação mais autêntica e eficaz nas organizações.

O *bullshit* organizacional pode ter impactos negativos significativos no ambiente de trabalho, influenciando variáveis como a satisfação laboral e a intenção de saída dos colaboradores. (McCarthy et al., 2020). Estas variáveis são amplamente investigadas na Psicologia Organizacional devido à sua importância para a retenção de talentos e para a promoção de ambientes de trabalho saudáveis (Mobley et al., 1978). No entanto, a forma como essas relações se manifestam pode variar consoante as características individuais dos colaboradores, nomeadamente os seus traços de personalidade. Assim, a investigação sobre o papel moderador da personalidade na relação entre o

bullshit organizacional e os resultados laborais torna-se fundamental para o aprofundar a compreensão de como diferentes perfis respondem a ambientes organizacionais disfuncionais.

Deste modo, a análise do papel moderador da personalidade assume importância significativa. Enquanto a mediação explica as relações entre as variáveis, a moderação explora as condições em que essas relações se manifestam, permitindo identificar subgrupos de indivíduos que podem ser mais ou menos vulneráveis aos efeitos do *bullshit* organizacional (Hayes, 2018). Compreender estas interações pode contribuir para o desenvolvimento de estratégias organizacionais mais eficazes, capazes de mitigar os impactos negativos deste fenómeno e promover ambientes laborais mais saudáveis e resilientes (Hayes, 2018).

A presente investigação insere-se neste contexto, oferecendo um contributo teórico à literatura sobre comunicação organizacional e práticas de gestão. O estudo visa explorar como traços de personalidade moderam a relação entre o *bullshit* organizacional, com a satisfação laboral e a intenção de saída. A teoria dos Cinco Grandes Fatores de Personalidade, proposta por Costa & McCrae (1992), descreve cinco traços fundamentais da personalidade: neuroticismo, extroversão, conscienciosidade, amabilidade e abertura a novas experiências. Este modelo teórico constitui uma base consolidada para compreender como as diferenças individuais no perfil de personalidade podem influenciar as respostas dos colaboradores face ao *bullshit* organizacional, nomeadamente no modo como percebem e reagem a práticas comunicacionais desprovidas de sentido ou valor prático no contexto laboral.

Indivíduos com elevados níveis de conscienciosidade, podem demonstrar maior resiliência a ambientes de trabalho disfuncionais, repletos de *bullshit*, devido à sua autodisciplina e orientação para objetivos, enquanto aqueles com elevados níveis de neuroticismo podem ser mais suscetíveis a reações negativas (Judge et al., 2001).

Adicionalmente, o *bullshit* organizacional, quando recorrente, pode criar um ambiente de trabalho desmotivador e insatisfatório, no qual as necessidades emocionais e cognitivas dos colaboradores não são adequadamente atendidas (Griffeth et al., 2000). Isto, por sua vez, aumenta a intenção de saída e reduz os níveis de satisfação laboral, variáveis essenciais para a retenção de talentos e para a saúde organizacional (Mobley et al., 1978; DeSantis & Durst, 1996).

Desta forma, compreender como os traços de personalidade interagem com o *bullshit* organizacional para influenciar a satisfação no trabalho e a intenção de saída dos colaboradores é crucial para o desenvolvimento de estratégias eficazes de gestão de recursos humanos. Através

desta investigação, pretende-se oferecer uma análise detalhada dos fatores que contribuem para ambientes de trabalho mais saudáveis, resilientes e produtivos, reduzindo os impactos negativos do *bullshit* organizacional e promovendo a satisfação e a retenção dos colaboradores.

Portanto, este estudo tem como objetivo explorar de que forma o *bullshit* organizacional afeta a satisfação no trabalho e a intenção de saída dos colaboradores, analisando ainda o papel moderador da personalidade nesta relação. Ao fornecer *insights* práticos e teóricos, a investigação procura contribuir para a mitigação dos efeitos negativos do *bullshit* organizacional, promovendo um ambiente de trabalho mais positivo e sustentável para os colaboradores e para as organizações.

II. REVISÃO DE LITERATURA

2.1. *Bullshit* Organizacional

A origem do termo “*bullshit*” remonta à língua inglesa coloquial. Embora não exista um registro preciso da sua gênese, o termo ganhou relevância acadêmica a partir do ensaio seminal de Harry Frankfurt, intitulado “*On Bullshit*”, publicado em 1986 e amplamente divulgado com a sua reedição em 2005 (Frankfurt, 1986, 2005). Neste ensaio, Frankfurt distingue o “*bullshit*” da mentira, sublinhando que, enquanto o mentiroso conhece a verdade e a distorce intencionalmente, o autor do *bullshit* (*bullshitter*) revela uma total indiferença relativamente à veracidade das suas afirmações. A sua principal preocupação reside no impacto que pretende causar, e não na veracidade do conteúdo transmitido.

De acordo com o *Oxford English Dictionary* (s.d.), *bullshit* refere-se a disparates ou tolices, frequentemente usados como rejeição enérgica de discursos falsos ou desonestos. Como substantivo, designa comunicações pomposas ou isentas; como verbo (*to bullshit*), descreve o ato de comunicar sem consideração pela verdade, geralmente com uma intenção manipulativa. Neste sentido, Ferreira e colaboradores (2022), referem-se ao *bullshit* como uma forma de comunicar desprovida de compromisso com a verdade ou exatidão. Enquanto substantivo, o termo descreve conteúdos ou declarações destituídas de fundamento ou substância. Este fenómeno manifesta-se em diversos formatos, desde interações verbais a comunicações escritas – como relatórios e e-mails –, e até em elementos visuais, como gráficos ou imagens. Segundo McCarthy e colaboradores (2020), trata-se de uma prática amplamente disseminada nas rotinas comunicacionais das organizações.

Com o tempo, o termo foi incorporado ao uso quotidiano, passando a descrever comunicações vazias, pretensiosas ou manipuladoras em diversos contextos sociais e profissionais (Spicer, 2017). O conceito ganhou especial relevância no contexto contemporaneidade, caracterizado pela sobrecarga informacional e pela crescente desconfiança nas declarações provenientes de instituições (Pennycook et al., 2015).

No domínio organizacional, o *bullshit* é compreendido como uma forma de comunicação, frequentemente dissociada da verdade fatural, mas utilizada intencionalmente para moldar perceções, sustentar narrativas institucionais ou encobrir incertezas (Christensen et al., 2019; Spicer, 2013). Longe de constituir apenas um desvio linguístico, este fenómeno reflete dinâmicas culturais e estruturais complexas (Ferreira et al., 2022; McCarthy et al., 2020), exigindo uma

análise que inclua os emissores (*bullshitter*), os recetores (*bullshitees*) e os contextos discursivos nos quais ocorrem (Frankfurt, 2005).

Adicionalmente, o *bullshit* manifesta-se como estratégia comunicacional em áreas como o *marketing*, reações públicas e consultoria, onde o conteúdo é, muitas vezes, deliberadamente moldado causar uma impressão favorável, independentemente da sua veracidade (Spicer, 2017).

Em termos epistemológicos, *bullshit* caracteriza-se por discursos vazios, eufemismos ou termos técnicos que ocultam a ausência de substância ou compromisso com a verdade (Christensen et al., 2019). Enquanto Frankfurt (2005) destaca a indiferença do *bullshitter* face à veracidade como o elemento distintivo, outros autores como Cohen (2006) e Pennycook et al. (2015) enfatizam a obscuridade discursiva e a aceitação acrítica por parte do recetor.

Kelly (2014) acrescenta uma dimensão relacional, sugerindo que o *bullshit* depende da convivência tácita da audiência, o *bullshitter* adapta o discurso até ao ponto em que percebe que não será desmascarado. Esta relação estratégica implica uma leitura do contexto e das expectativas dos recetores, reforçando o carácter performativo do fenómeno.

Por sua vez, Cohen (2006) desloca o foco da intencionalidade para o conteúdo discursivo, propondo o conceito de falta de clareza “*unclarifiable unclarity*”. Para este autor, o *bullshit* caracteriza-se por expressões que, mesmo reformuladas ou contestadas, continuam a não transmitir um significado claro. Esta abordagem é expandida por Pennycook et al. (2015), que introduzem o termo “*bullshit pseudo-profundo*”, revelando que muitas pessoas aceitam afirmações vazias, mas aparentemente profundas, por défice de pensamento analítico.

A Tabela 1 sintetiza as principais abordagens teóricas do conceito de *bullshit*:

Tabela 1:
Diferentes compreensões de Bullshit

<i>Bullshit</i> Como...	Referência / Autor	Compreensão Subjacente de <i>Bullshit</i>	Foco Principal
Representação Falsa Intencional	Frankfurt (2005)	Indiferença à verdade como traço distinto do <i>bullshitter</i>	O emissor (<i>bullshitter</i>)
Representação Manipulativa	Kelly (2014)	Ajuste do discurso à tolerância percebida pelo público	O emissor (<i>bullshitter</i>)
Falta de Clareza	Cohen (2006)	Ausência de clareza intrínseca, independentemente de reformulações.	O discurso (<i>bullshit</i>)
Pseudo-profundo	Pennycook et al. (2015)	Aceitação de discursos vagos por défice cognitivo.	O recetor (<i>bullshitee</i>)

O *bullshit* organizacional configura-se como um fenómeno comunicacional sustentado por discursos vazios, exagerados ou pretensiosos, frequentemente dissociados de práticas organizacionais concretas e alheios à verdade (Christensen, Kärreman & Rasche, 2019). Embora possa, à primeira vista, parecer inofensivo, este tipo de comunicação assume uma natureza performativa, com implicações significativas em diversas dimensões da vida organizacional, desde a formulação estratégica até à construção de sentido nas equipas de trabalho.

No seio das organizações, o *bullshit* manifesta-se frequentemente sob formas discursivas subtilezas, mas com efeitos relevantes. McCarthy e colaboradores (2020), evidenciam a sua presença em relatórios, reuniões, emails ou apresentações visuais, onde a aparência de sofisticação pode mascarar a ausência de rigor ou substância. Petrocelli (2018) sublinha que o *bullshit* é, muitas vezes, utilizado para justificar decisões em contextos ambíguos ou para manter a estabilidade emocional dos colaboradores durante períodos de mudança.

Estes discursos afetam negativamente a perceção de justiça organizacional, a confiança na liderança, a motivação e satisfação laboral (Ferreira et al. 2022). Quando os colaboradores percebem que a comunicação institucional está dissociada da realidade ou dos valores proclamados, podem desenvolver sentimentos de frustração, conduzindo à intenção de saída ou à apatia organizacional (Hirschman, 1970). Ainda que frequentemente considerado menos nocivo do que a mentira, o *bullshit* constitui uma estratégia persuasiva eficaz, precisamente por evitar o confronto direto com a verdade e manter uma aparência de credibilidade.

Nos últimos anos, a investigação tem explorado o papel dos traços de personalidade na predisposição para produzir ou aceitar *bullshit*. Pennycook e colaboradores (2015), identificaram uma correlação entre baixos níveis de pensamento analítico e maior propensão para aceitar afirmações “*pseudo-profundas*” e logicamente inconsistentes. Por sua vez, Littrell e colaboradores (2021), propuseram a Escala de Perceção de *Bullshit* Organizacional, distinguindo entre “*bullshit persuasivo*” (orientado para impressionar) e o “*bullshit evasivo*” (usado para evitar respostas).

Os dados revelam que indivíduos com baixos níveis de conscienciosidade e abertura à experiência tendem a recorrer ao *bullshit* como estratégia comunicacional. Adicionalmente, níveis elevados de extroversão e reduzido neuroticismo associam-se a uma maior propensão para recorrer ao *bullshit* com fins autopromoção ou gestão de impressões.

A crescente exposição a grandes volumes de informação e a escassez de tempo para validação fática aumentam a probabilidade de aceitação acrítica de conteúdos. Neste cenário, o *bullshit*

organizacional emerge como uma forma de comunicação que ignora critérios de verdade e rigor, frequentemente mobilizada com o intuito de moldar percepções ou alcançar benefícios pessoais ou institucionais (Spicer, 2013).

Apesar de poder desempenhar algumas funções sociais – como facilitar interações ou fomentar criatividade – o *bullshit* apresenta também efeitos potencialmente negativos, tais como a erosão da confiança e o enfraquecimento da autoridade institucional (Christensen et al., 2019). Estes autores alertam para a necessidade de aprofundar a investigação sobre o impacto, dado que os efeitos podem ser mais abrangentes do que se assume, afetando as relações entre líderes e colaboradores, alterando a percepção da comunicação organizacional.

Petrocelli (2018) argumenta que, embora muitas vezes considerado menos prejudicial do que a mentira, o *bullshit* representa uma forma de persuasão particularmente poderosa. Ao contrário do mentiroso, que distorce deliberadamente a verdade, o *bullshitter* demonstra indiferença quanto à veracidade da informação, centrando-se exclusivamente nos efeitos desejados (Frankfurt, 1986). Esta indiferença compromete a integridade do discurso organizacional e pode enfraquecer a confiança dos colaboradores na liderança.

O *bullshit* organizacional acarreta também implicações comportamentais relevantes para os colaboradores. Hirschman (1970) identificou quatro respostas possíveis à insatisfação: a saída da organização, a confrontação, a aceitação passiva ou a apatia. Petrocelli (2018) aponta que o *bullshit* tende a surgir como resposta comunicacional em contextos onde faltam dados fiáveis ou pretende-se evitar consequências adversas. Nestes casos, torna-se um recurso funcional, especialmente em ambientes que valorizam respostas rápidas ou que procuram evitar consequências negativas.

Na liderança, o *bullshit* pode ser instrumentalizado como forma de preservar a confiança dos colaboradores, mesmo na ausência de garantias factuais. Um exemplo comum é a promessa de estabilidade laboral durante processos de reestruturação, ainda que essa promessa não tenha base concreta (McCarthy et al., 2020).

Frankfurt (2005) aprofunda a distinção conceptual entre a mentira e *bullshit*, caracterizando este último como uma estratégia não apenas comunicacional, mas também ética e epistemológica. Enquanto o mentiroso manipula a verdade, o *bullshitter* é indiferente a ela, interessando-se unicamente pelo impacto do seu discurso. Esta postura compromete os princípios da honestidade intelectual e perturba os processos de construção de sentido nas organizações.

Consequentemente, o *bullshit* não deve ser encarado apenas como um desvio linguístico, mas

como sintoma de disfunções organizacionais mais profundas. Esta perspectiva permite interpretá-lo como reflexo de culturas permissivas, sistemas de incentivos mal calibrados e prioridades desalinhadas, em que a aparência se sobrepõe à substância. O *bullshit* torna-se, assim, um indicador de fragilidades estruturais, éticas e culturais, com efeitos significativos na qualidade do discurso e na confiança coletiva.

Com base nesta abordagem, Littrell e colaboradores (2021) desenvolveram a Escala de *Bullshit* Organizacional (*Bullshit Perception Scale*), instrumento que avalia a frequência com que os indivíduos recorrem a dois tipos de *bullshit*: o persuasivo e o evasivo. A investigação demonstra que a prática recorrente de *bullshit* está associada a baixos níveis de sinceridade, honestidade, menor capacidade cognitiva e maior tendência para a autopromoção.

Ferreira e colaboradores (2022) salientam que, organizações onde o *bullshit* é amplamente tolerado, os líderes tendem a reforçar essas dinâmicas, contribuindo para a normalização dessa prática. Nestas culturas, comportamentos alinhados com o *bullshit* podem ser premiados, promovendo estratégias de autopromoção e manipulação simbólica. No entanto, a aceitação do *bullshit* varia consoante as características individuais dos colaboradores (Pennycook et al., 2015), nomeadamente o pensamento analítico, o ceticismo epistémico e a motivação para a procura da verdade.

Os estudos mais recentes indicam que indivíduos com baixos níveis de conscienciosidade e abertura à experiência exibem maior propensão para o *bullshit* persuasivo, enquanto níveis de neuroticismo e elevada extroversão favorecem a sua utilização estratégica com fins de influência social (Littrell et al., 2021; Pennycook et al., 2015). Estes dados sugerem que os traços de personalidade desempenham um papel determinante na forma como os indivíduos interagem com práticas comunicacionais descomprometidas com a verdade.

Compreender a frequência, função e impacto do *bullshit* organizacional exige, assim, uma abordagem multidimensional, que considere fatores individuais, culturais e estruturais. Essa compreensão poderá contribuir para mitigar os efeitos nocivos do *bullshit*, promovendo um ambiente organizacional mais transparente e baseado na confiança.

A literatura aponta o *bullshit* organizacional como um fenómeno complexo, enraizado em práticas comunicacionais que vão além da simples falsidade. O seu impacto sobre a satisfação no trabalho e a intenção de saída dos colaboradores deve ser cuidadosamente considerado, dado o seu potencial para corroer a confiança institucional e comprometer o desempenho organizacional.

Neste sentido, investigar o papel moderador da personalidade na relação entre o *bullshit* organizacional, a satisfação laboral e a intenção de saída revela-se fundamental para compreender os mecanismos que influenciam a eficácia comunicacional nas organizações contemporâneas.

2.2. Personalidade

A personalidade tem sido amplamente investigada no domínio da Psicologia, sendo geralmente definida como um conjunto de características psicológicas que moldam o comportamento, o pensamento e as emoções dos indivíduos ao longo do tempo e em diferentes contextos (Carver & Scheier, 2014). Embora não exista uma definição universalmente consensual, prevalece a noção de que a personalidade se associa a padrões consistentes de respostas aos estímulos ambientais, refletindo diferenças individuais (Bergner, 2020).

Historicamente, autores como Allport (1937) contribuíram para a concetualização da personalidade como “*a organização dinâmica, dentro do indivíduo, dos sistemas psicofísicos que determinam os seus comportamentos e pensamentos característicos*” (p.48), salientando a interação entre componentes biológicos e psicológicos. Eysenck (1952), por sua vez, desenvolveu um modelo centrado em traços como a extroversão-introversão e o neuroticismo, atribuindo-lhes uma base hereditária de natureza biológica.

A investigação tem demonstrado que a personalidade desempenha um papel preditivo relevante em diversos domínios, nomeadamente no contexto organizacional (Rodrigues & Gomes, 2022). Neste âmbito, os traços de personalidade influenciam a perceção do ambiente de trabalho, o bem-estar dos colaboradores e os seus comportamentos organizacionais (Patrão & Leal, 2004).

O presente estudo explora a personalidade enquanto variável moderadora na relação entre o *bullshit* organizacional, com a satisfação laboral e a intenção de saída. Por um lado, a moderação esclarece as relações entre as variáveis, por outro lado, a moderação permite compreender em que circunstâncias essas relações ocorrem, permitindo identificar subgrupos de indivíduos que podem ser mais ou menos vulneráveis aos efeitos do *bullshit* (Hayes, 2018).

A literatura tem abordado a personalidade sob diversas perspetivas teóricas, sendo particularmente relevante a abordagem baseada em traços, que visa identificar dimensões fundamentais para a compreensão das diferenças individuais. Neste âmbito, o Modelo dos Cinco Grandes Fatores (*Big Five*) tem adquirido um papel central, propondo que a personalidade pode ser descrita através de cinco dimensões: conscienciosidade, neuroticismo, extroversão, abertura à

experiência e amabilidade (Costa & McCrae, 1992). Este modelo é uma das estruturas teóricas mais amplamente reconhecidas e validadas no campo da psicologia. As dimensões que o compõem refletem padrões relativamente estáveis de cognição, emoção e comportamento ao longo do tempo e em diferentes contextos, e são fundamentais para entender como as diferenças individuais que afetam a experiência de trabalho e as reações ao *bullshit* organizacional.

Diferentes traços de personalidade podem amplificar ou atenuar os efeitos negativos da comunicação organizacional incoerente ou manipuladora. Por exemplo, indivíduos com elevados níveis de conscienciosidade – caracterizados por autodisciplina, organização e orientação para objetivos – tendem a valorizar a coerência entre discurso e ação. Assim, é provável que percecionem o *bullshit* organizacional como um fator de dissonância cognitiva, o que poderá afetar negativamente a sua satisfação laboral e aumentar a intenção de saída (Barrick & Mount, 1991). Estes indivíduos demonstram uma forte necessidade de coerência e significado no seu ambiente de trabalho, pelo que práticas comunicacionais desonestas ou vagas podem ser particularmente prejudiciais ao seu bem-estar e compromisso organizacional.

De forma oposta, indivíduos com níveis elevados de neuroticismo – propensos a emoções negativas, como ansiedade e insegurança – tendem a reagir de forma mais intensa a ambientes ambíguos ou inconsistentes, potenciando sentimentos de frustração e insatisfação (Costa & McCrae, 1992). A sua natureza emocional volátil pode amplificar sentimentos de frustração e stress quando confrontados com mensagens organizacionais que não correspondem às suas expectativas, aumentando, assim, a probabilidade de insatisfação e intenção de saída.

A extroversão – associada à sociabilidade, assertividade e otimismo – poderá funcionar como um fator protetor. Indivíduos extrovertidos tendem a valorizar mais a interação social do que a precisão comunicacional, o que os pode tornar mais resilientes ou indiferentes a mensagens organizacionais ambíguas (McCrae & Costa, 2000). A sua disposição otimista e comunicativa poderá ajudá-los a manter uma atitude positiva perante contextos comunicacionais desafiantes, minimizando os efeitos negativos do *bullshit* organizacional.

No que respeita à amabilidade – relacionado com a empatia, cooperação e confiança – os indivíduos mais amáveis poderão demonstrar maior tolerância à comunicação manipulativa, adotando uma postura compreensiva face às intenções dos emissores (John & Srivastava, 1999). Por outro lado, indivíduos com baixos níveis deste traço tendem a valorizar a autenticidade e a transparência nas relações, podendo rejeitar mais prontamente mensagens incoerentes ou

manipuladoras.

A abertura à experiência – envolve criatividade, imaginação, interesse por novas ideias e experiências – pode desempenhar um papel ambivalente no contexto do ambiente organizacional. Por um lado, indivíduos abertos à experiência podem mostrar maior flexibilidade interpretativa, aceitando discursos pouco convencionais e ideias inovadoras, o que os torna mais tolerantes a ambientes de trabalho dinâmicos e em constante mudança. Por outro lado, o seu pensamento crítico e curiosidade intelectual, pode levá-los a detetar e questionar o *bullshit*, tornando-os menos suscetíveis à sua influência (McCrae & Costa, 2000). Assim, estes indivíduos podem ser mais inclinados a analisar e desafiar a autenticidade das mensagens organizacionais, especialmente se perceberem inconsistências ou falta de clareza, o que pode afetar sua satisfação e aumentar a intenção de saída caso sintam que a organização não está a ser transparente.

Compreender a personalidade enquanto variável moderadora assume, assim, um papel estratégico para a construção de práticas organizacionais mais eficazes. A identificação de traços que potenciam ou mitigam os efeitos do *bullshit*, pode indicar práticas de gestão de recursos centradas na promoção do bem-estar e da satisfação laboral. Neste quadro, a presente investigação oferece um contributo relevante para o aprofundamento teórico e empírico da *interface* entre personalidade e ambiente organizacional, fornecendo *insights* valiosos para a prática profissional e para futuras investigações.

2.3. Satisfação Laboral

A satisfação laboral tem sido amplamente estudada no domínio da Psicologia Organizacional, sendo geralmente definida como um estado emocional positivo resultante da avaliação que o indivíduo faz da sua experiência no trabalho (Locke, 1976). Esta avaliação envolve a correspondência entre as expectativas do colaborador e a perceção de que estas estão a ser cumpridas. Trata-se, assim, de um construto multifacetado que reflete o grau de contentamento face a diferentes aspetos do contexto laboral, incluindo as tarefas desempenhadas, as condições físicas e as relações interpessoais (Judge et al., 2001).

Diversos estudos empíricos indicam que níveis elevados de satisfação laboral estão associados a uma melhor saúde física e mental, menor incidência de *burnout* e níveis mais baixos de stress (Judge et al., 2001). Embora a relação entre satisfação e desempenho não seja necessariamente linear, colaboradores mais satisfeitos tendem a apresentar maior produtividade, criatividade e

motivação (Wright & Cropanzano, 2000).

A satisfação laboral é igualmente reconhecida como um preditor robusto da retenção de talento e da intenção de saída. Níveis reduzidos de satisfação aumentam a probabilidade de rotatividade, absentismo e comprometimento organizacional (Griffeth et al., 2000). Em contrapartida, ambientes de trabalho que promovem a valorização profissional, o reconhecimento e a percepção de justiça organizacional tendem a contribuir para culturas organizacionais mais estáveis e atrativas (Kristof-Brown et al., 2005).

A liderança desempenha um papel determinante na satisfação dos colaboradores. De acordo com Bass & Avolio (1994), líderes transformacionais, ao inspirarem e motivarem as suas equipas, promovem significativamente para o aumento da satisfação laboral. Adicionalmente, estilos de liderança empáticos e participativos estão positivamente associados ao bem-estar dos colaboradores e à percepção de justiça no contexto laboral (Arnold et al., 2007).

Recentemente, têm sido incorporadas novas dimensões analíticas na compreensão da satisfação laboral, como a regulação emocional e o impacto das transformações tecnológicas. Segundo Madrid e colaboradores (2020), estratégias de regulação emocional positiva estão positivamente associadas à satisfação, enquanto a intensificação de estados emocionais negativos pode comprometer o bem-estar. Paralelamente, características do trabalho como a autonomia, a clareza de papéis, as oportunidades de progressão e o suporte organizacional revelam-se determinantes (Bakker & Demerouti, 2007). Ferreira e colaboradores (2010), reforçaram a importância do equilíbrio entre vida pessoal e profissional, bem como o reconhecimento organizacional para fomentar a satisfação e a produtividade.

Do ponto de vista teórico, a Teoria da Discrepância de Locke (1976) permanece como uma das abordagens mais influentes, ao considerar que a satisfação resulta da discrepância entre expectativas e recompensas percebidas. A Teoria dos Dois Fatores, proposta por Herzberg et al. (1959), complementam esta perspetiva ao distinguir entre fatores motivacionais - que promovem a satisfação - e fatores higiénicos - condições básicas no âmbito de trabalho - cuja ausência pode provoca insatisfação. Por sua vez, a Teoria do Ajustamento Pessoa-Ambiente, de Kristof (1996), enfatiza a importância do grau de compatibilidade entre as características individuais e as exigências do contexto de trabalho como determinante da satisfação.

Neste estudo, a satisfação laboral foi avaliada através da Escala de Satisfação Laboral, desenvolvida por Warr, Cook e Wall (1979), amplamente validada em contextos organizacionais

diversos. Esta escala contempla duas dimensões: satisfação intrínseca e satisfação extrínseca. A literatura distingue entre fatores intrínsecos, relacionados com a natureza do trabalho – como a autonomia, o reconhecimento e o sentido de propósito – e fatores extrínsecos – como o salário, as condições físicas e a segurança no emprego. Ambos influenciam de forma significativa a experiência subjetiva de satisfação (Spector, 1997). Esta perspectiva multifatorial já tinha sido abordada por Hoppock (1935), que salientou as dimensões psicológicas, sociais e físicas da satisfação laboral.

No contexto desta investigação, a satisfação laboral assume especial relevância, não apenas como variável dependente, como também, enquanto mediadora da relação entre discurso organizacional vazio e a intenção de saída. A presença de linguagem vazia, ambígua ou promessas não concretizáveis pode comprometer a satisfação, tanto a nível intrínseco como extrínseco (Ferreira, Martinez, & Silva, 2022). Compreender os fatores que influenciam a satisfação no trabalho torna-se, por isso, essencial para mitigar os efeitos negativos associados à perceção de incongruência entre discurso e prática organizacional. Neste sentido, a satisfação revela-se um construto central para a promoção do bem-estar, da motivação e da retenção de talento nas organizações contemporâneas.

2.4. Intenção de Saída

Enquanto fenómeno central nos estudos sobre comportamento organizacional, a intenção de saída tem suscitado crescente atenção na Psicologia Organizacional, dada a sua relevância preditiva no comportamento de rotatividade (Mobley et al., 1978). Trata-se de um construto multidimensional que reflete o desejo consciente do colaborador em abandonar a organização, resultante da interação entre variáveis psicológicas, contextuais e estruturais (Tett & Meyer, 1993).

Este fenómeno surge frequentemente como resposta a fatores como o stress ocupacional crónico, a incongruência entre os valores pessoais e da organização, a perceção de injustiça organizacional e a desmotivação prolongada (Griffeth et al., 2000). Adicionalmente, variáveis relacionais e organizacionais, como suporte organizacional percebido (Eisenberger et al., 2002), a qualidade da liderança (Mayende & Musenze, 2018) e a perceção das práticas de gestão de recursos humanos (Heavey et al., 2013), têm demonstrado impacto significativo. Fatores demográficos, como a idade e a antiguidade, também moderam esta relação, sendo os colaboradores mais jovens geralmente mais propensos à mobilidade (Ng & Feldman, 2009).

Importa distinguir a intenção de saída do comportamento efetivo de rotatividade, uma vez que se trata de uma fase prévia que permite à organização intervir de forma preventiva (Mobley, 1977). Como tal, constitui um indicador estratégico relevante na gestão de pessoas, permitindo antecipar perdas de capital humano e delinear intervenções corretivas.

É igualmente pertinente diferenciar a intenção de saída de fenómenos como o afastamento silencioso (*quiet quitting*), que corresponde a uma forma de desvinculação afetiva e cognitiva sem intenção declarada de abandonar a organização (Holtom et al., 2008). Enquanto o *quiet quitting* representa uma postura passiva e conformista, a intenção de saída traduz uma predisposição ativa, frequentemente acompanhada pela procura de alternativas e pelo planeamento da transição.

Em termos conceptuais, os modelos explicativos mais influentes concetualizam a intenção de saída como um processo dinâmico e evolutivo. A Teoria do Descompromisso Organizacional (Koslowsky, 1991) descreve uma desvinculação progressiva a nível emocional, cognitivo e comportamental, iniciada por perceções de incoerência ou injustiça. Por sua vez, o Modelo de Ato Voluntário (Mobley et al., 1979; Price & Mueller, 1981) propõe uma sequência lógica entre insatisfação, procura por alternativas e decisão de saída.

Empiricamente, a intenção de saída associa-se a consequências organizacionais adversas, tais como o aumento do absentismo, a diminuição da produtividade, a perda de conhecimento tácito e os elevados custos com recrutamento e formação (Holtom et al., 2008). A sua identificação precoce permite, assim, o desenvolvimento de estratégias eficazes de retenção, nomeadamente a melhoria do clima organizacional, o investimento no desenvolvimento profissional e o fortalecimento da liderança.

No presente estudo, a intenção de saída é analisada como uma consequência da insatisfação laboral e da perceção de *bullshit* organizacional. Este último conceito remete para a desconexão entre discurso institucional e a prática efetiva, podendo gerar desilusão, erosão da confiança e, em última instância, o aumento da intenção de saída (Spicer, 2013; Petrocelli, 2018). A discrepância entre promessas organizacionais e a realidade vivida constitui, assim, um fator crítico na formação da intenção de saída, especialmente quando afeta a perceção de justiça e autenticidade na liderança.

A mensuração desta variável será realizada através da Escala de Satisfação no Trabalho, adaptada por Bártolo-Ribeiro (2018), com base nos trabalhos de Mobley et al. (1978), Mowday et al. (1984) e Bozeman & Perrewé (2001). Esta escala, amplamente validada, permite analisar com fiabilidade a predisposição subjetiva à rotatividade voluntária, abrangendo dimensões como a

satisfação, o compromisso organizacional e as intenções comportamentais de saída. A sua estruturada, que contempla quatro perfis – saída extrema, saída moderada, retenção extrema e retenção moderada – possibilita uma análise diferenciada da intensidade da intenção de saída, permitindo uma compreensão mais precisa do risco de desvinculação e para a identificação de oportunidades de intervenção organizacional.

Em suma, a intenção de saída é um fenômeno complexo, que ultrapassa a mera insatisfação laboral. Envolve uma combinação de processos cognitivos e emocionais que refletem o distanciamento psicológico do colaborador em relação à organização. A incoerência na comunicação interna, frequentemente associada ao *bullshit* organizacional, desempenha um papel central neste afastamento. A análise desta variável, no âmbito do presente estudo, permitirá identificar fatores críticos que influenciam o desejo de abandono, sendo essencial para a formulação de estratégias de retenção e para a promoção de um ambiente organizacional saudável e comprometido. Compreender os preditores da intenção de saída e as dinâmicas que a impulsionam é fundamental para que as organizações possam implementar medidas eficazes para reter talentos e promover um ambiente de trabalho saudável e comprometido.

2.5. Relação entre as variáveis em estudo

O *bullshit* organizacional refere-se à comunicação institucional caracterizada por incoerência, falta de veracidade ou ausência de substância, frequentemente utilizada para criar uma aparência de racionalidade ou compromisso, sem correspondência com a realidade organizacional (Frankfurt, 2005). Quando estas práticas comunicacionais se tornam sistemáticas, comprometem a autenticidade percebida da organização, promovendo desconfiança e frustração entre os colaboradores (McCarthy et al., 2020).

A comunicação organizacional é amplamente reconhecida como um dos principais fatores determinantes da satisfação no trabalho (Locke, 1976). Colaboradores que percebem as mensagens institucionais como transparentes e autênticas demonstram níveis superiores de bem-estar psicológico, confiança e envolvimento organizacional. Em contrapartida, comunicações vagas, contraditórias ou manipuladoras geram efeitos negativos significativos na satisfação laboral (Kristof-Brown, Zimmerman, & Johnson, 2005). O *bullshit* organizacional, ao gerar uma percepção de incongruência entre os valores declarados e as práticas reais da organização, pode induzir

sentimentos de alienação, redução do envolvimento e perda de significado no trabalho (Peters, Jansen, & Petermann, 2020). Esta perda de sentido compromete diretamente a satisfação dos colaboradores, sobretudo em contextos organizacionais que requerem elevada identificação e alinhamento com a missão da instituição.

A insatisfação laboral decorrente do *bullshit* organizacional está fortemente associada ao aumento da intenção de saída, definida como a predisposição ou desejo do colaborador para abandonar a organização (Mobley et al., 1979). Quando existe uma divergência clara entre o discurso institucional e a experiência vivida, essa intenção tende a intensificar-se. A quebra de confiança gerada por promessas não cumpridas, retórica desprovida de ação e comunicação inconsistente no contexto organizacional (Christensen, Kärreman & Rasche, 2019), pode resultar em desilusão, cinismo e procura ativa por alternativas profissionais (Petrocelli, 2018). Além disso, o *bullshit* organizacional afetar negativamente a percepção de justiça organizacional, o que compromete o vínculo emocional com a organização (Kristof-Brown, Zimmerman, & Johnson, 2005).

As características de personalidade influenciam significativamente a forma como os indivíduos percebem e reagem ao ambiente organizacional (Judge, Heller, & Mount, 2002). Os cinco grandes traços de personalidade – neuroticismo, conscienciosidade, extroversão, amabilidade e abertura à experiência – exercem um efeito moderador relevante sobre a relação entre o *bullshit* organizacional, a satisfação no trabalho e a intenção de saída.

Colaboradores com níveis elevados de conscienciosidade, que valorizam a ordem, a responsabilidade e a consistência, tendem a reagir de forma mais negativa à comunicação incoerente, expressando maior frustração e desconfiança, o que pode afetar negativamente a sua satisfação e aumentar a propensão à saída. A abertura à experiência, associada à criatividade, pensamento crítico e valorização da autenticidade, torna os colaboradores mais sensíveis a discrepâncias entre os valores comunicados e as práticas reais, amplificando os efeitos adversos do *bullshit*. Já o neuroticismo, caracterizado por instabilidade emocional e tendência à ansiedade, pode intensificar as reações emocionais adversas face à comunicação desonesta ou manipuladora. Indivíduos com este traço são mais suscetíveis a sentimentos de insegurança, insatisfação e intenção de saída (Costa & McCrae, 1992).

A interação entre *bullshit* organizacional, a personalidade, a satisfação no laboral e a intenção

de saída revela-se complexa e dinâmica. A presença de comunicação organizacional desprovida de autenticidade compromete a satisfação dos colaboradores, potenciando o seu desejo de abandonar a organização. Estas relações são amplificadas ou atenuadas pelas características individuais de personalidade dos indivíduos, que moldam a intensidade das reações emocionais e cognitivas face ao ambiente organizacional.

Compreender estas inter-relações é fundamental para gestores e líderes organizacionais. Promover uma comunicação transparente, coerente e baseada na verdade é essencial para assegurar a satisfação dos colaboradores e minimizar a rotatividade. Além disso, reconhecer a diversidade de perfis de personalidade permite às organizações adotar estratégias de comunicação mais eficazes e inclusivas.

A gestão estratégica da comunicação interna, aliada a práticas de liderança autêntica, pode mitigar os efeitos negativos do *bullshit* organizacional e contribuir para um ambiente de trabalho mais saudável, motivador e sustentável.

III. MODELO E HIPÓTESES DE INVESTIGAÇÃO

3.1. Modelo de Investigação

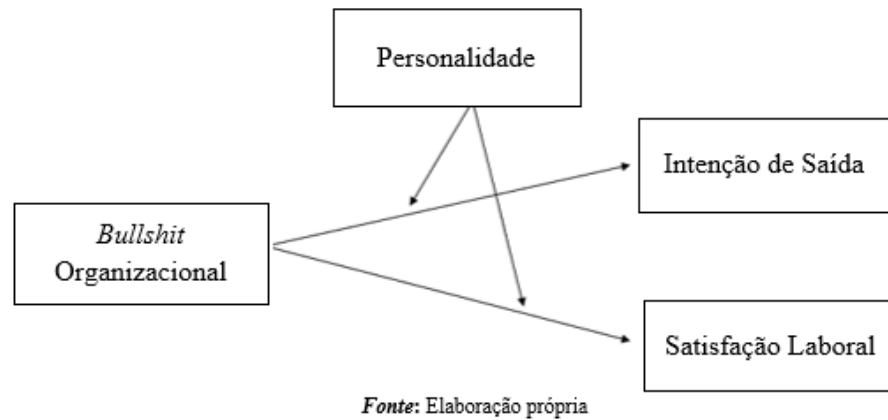
A presente investigação adota o Modelo de Moderação Simples (Hayes, 2018), dada a sua capacidade para explicar de que forma uma variável moderadora pode influenciar a intensidade ou a direção da relação entre uma variável independente e uma variável dependente (Baron & Kenny, 1986). Tal abordagem permite, identificar em que condições o *bullshit* organizacional influencia dimensões críticas da experiência laboral, nomeadamente a intenção de saída e a satisfação laboral, conforme ilustrado na Figura 1.

Neste modelo, a personalidade é considerada uma variável moderadora. A escolha desta variável assenta na evidência empírica que sugere que diferentes traços personalidade influenciam a forma como os indivíduos percecionam e reagem a ambientes organizacionais caracterizados por práticas comunicacionais disfuncionais (Pennycook et al., 2015). A personalidade poderá, assim, amplificar, atenuar ou mesmo neutralizar os efeitos do *bullshit* organizacional, justificando a sua inclusão no modelo.

Adicionalmente, a análise da personalidade enquanto variável moderadora encontra fundamento teórico nas contribuições de Hayes (2018), que sublinha a importância da moderação na compreensão contextualizada de processos psicológicos e sociais. Através desta abordagem, é possível identificar fatores que condicionam os efeitos das variáveis organizacionais, permitindo o desenvolvimento de estratégias mais eficazes e adaptadas às características individuais dos colaboradores. Neste sentido, o presente modelo visa contribuir para uma compreensão mais precisa das dinâmicas envolvidas na relação entre o *bullshit* organizacional, satisfação laboral e intenção de saída, promovendo um enquadramento teórico com implicações práticas relevantes para a gestão de pessoas e a comunicação nas organizações.

Figura 1:

Modelo Teórico de Investigação



3.2. Hipóteses

Com base na fundamentação teórica previamente apresentada, foram formuladas as seguintes hipóteses de investigação:

H1: Personalidade tem um efeito moderador na relação do *Bullshit* Organizacional com a Intenção de Saída.

H2: Personalidade tem um efeito moderador na relação do *Bullshit* Organizacional com a Satisfação no Trabalho.

Estas hipóteses refletem a importância de uma abordagem diferenciada na análise da comunicação organizacional disfuncional e dos seus efeitos no bem-estar dos colaboradores. A identificação de traços de personalidade que possam atenuar ou neutralizar os impactos negativos do *bullshit* organizacional poderá ter implicações relevantes para a gestão de recursos humanos. Em particular, os resultados deste estudo poderão contribuir para práticas de recrutamento e seleção mais alinhadas com desafios comunicacionais das organizações, bem como fomentar ambientes de trabalho mais transparentes, éticos e saudáveis.

IV. Metodologia

4.1. Delineamento

O presente estudo caracteriza-se como empírico, quantitativo e de natureza confirmatória, tendo sido realizada a recolha de dados para sustentar empiricamente o modelo teórico proposto. A metodologia adotada baseia-se numa abordagem de medição quantitativa, permitindo a organização e a quantificação das diferenças entre os dados, permitindo a organização e quantificação das diferenças entre os dados, o que possibilitou a realização de análises estatísticas apropriadas (Marôco, 2018).

Adicionalmente, trata-se de um estudo transversal, uma vez que a recolha de dados ocorreu num único momento no tempo. Este delineamento permite examinar as relações entre as variáveis em estudo, sem manipulação direta, centrando-se na análise das associações existentes entre o *bullshit* organizacional, a satisfação laboral e a intenção de saída, bem como no papel moderador da personalidade nesta relação.

4.2. Procedimento

A recolha de dados foi realizada através de um questionário *online*, desenvolvido na plataforma *Google forms*, entre os dias 10 de dezembro de 2024 e 5 de fevereiro 2025. O questionário foi amplamente divulgado por meio de diversas redes sociais, nomeadamente *Facebook*, *Messenger*, *WhatsApp*, *LinkedIn* e *Instagram*.

Antes de iniciarem o preenchimento, os participantes foram informados sobre os objetivos do estudo, bem como sobre os critérios de elegibilidade, que incluíam ter 18 anos ou mais e de estar atualmente empregado. De seguida, foram convidados a acertar um termo de consentimento informado, no qual se destacavam aspetos como a participação voluntária, o anonimato, a confidencialidade dos dados e o seu tratamento em conformidade com o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (RGPD) (anexo A.1.). Apenas após a aceitação do consentimento foi possível aceder ao questionário.

O questionário encontrava-se estruturado em várias seções. A primeira incluía a Escala de *Bullshit* Organizacional (*Organizational Bullshit Perception Scale*) destinada a avaliar a perceção dos participantes sobre práticas comunicacionais disfuncionais no contexto organizacional (anexo A.2). Seguia-se a Escala de Personalidade (*Big Five Inventory*), utilizada para medir os traços de personalidade dos participantes (anexo A.3). Posteriormente, era apresentada a Escala de

Satisfação Laboral, com o objetivo de aferir o nível de satisfação no trabalho (anexo A. 4), e, por fim, a Escala de Intenção de Saída, que avaliava a predisposição dos colaboradores para abandonar a organização (anexo A.5). Cada um destes instrumentos foi antecedido por um breve texto introdutório, contendo instruções necessárias para o seu correto preenchimento.

A última seção do questionário era dedicada à recolha de dados sociodemográficos. Nesta, os participantes responderam a questões relativas à idade, sexo, estado civil e habilitações literárias, bem como a questões relacionadas com a sua ligação profissional à organização, nomeadamente a categoria profissional, os anos de experiência na organização e o eventual desempenho de funções de chefia.

4.3. Amostra

A amostra foi constituída por 300 participantes que completaram integralmente o questionário (n=300). Conforme apresentado na Tabela 2, a amostra é composta por participantes com idades compreendidas entre 20 e 70 anos (M = 38,74; DP = 11,03), com uma maior predominância na faixa etária dos 26 aos 46 anos. A maioria dos participantes era do sexo feminino (62% n=187), enquanto 38% (n=114) eram do sexo masculino.

Relativamente ao estado civil, 48% (n=144) dos participantes eram solteiros, 39% (n=117) casados ou em união de facto, 13% (n=38) divorciados ou separados, e 0,7% (n=2) viúvos.

No que se refere ao nível de habilitações literárias, 38% (n=113) possuíam licenciatura, 35% (n=106) mestrado, 19% (n=56) e ensino secundário, 6% (n=18) doutoramento, e 3% (n=8) indicaram possuir outras qualificações.

Quanto à área profissional, 23% (n=70) trabalhavam na área dos recursos humanos, 13% (n=39) eram empregados de escritório, 8% (n=24) exerciam funções como psicólogos, 7% (n=20) ocupavam cargos de direção executiva, 3% eram professores (n=9), consultores (n=10) ou técnicos superiores na função pública (n=10). Enquanto 40% (n=119) estavam empregados em outras áreas profissionais.

Relativamente ao exercício de funções de chefia, 68% (n=206) não desempenhavam cargos de chefia, ao passo que 32% (n=95) afirmaram exercer funções de chefia.

Quanto ao tempo de serviço na organização atual, 35% (n=106) referiram possuir entre 1 e 5 anos de experiência profissional, 27% (n=82) mais de 10 anos, 14% (n=43) entre 5 e 10 anos, 12% (n=36) até 6 meses, e 11% (n=34) entre 6 meses e 1 ano.

Tabela 2:*Análise descritiva da amostra*

Variável	Descrição	Frequência	Porcentagem
Género	Feminino	187	62%
	Masculino	114	38%
Idade		Média 39	
Estado Civil	Solteiro	144	48%
	Casado / União de facto	117	39%
	Divorciado / Separado	38	13%
	Viúvo	2	0,7%
Habilitações Literárias	Secundário	56	19%
	Licenciatura	113	38%
	Mestrado	106	35%
	Doutoramento	18	6%
	Outro	8	3%
Profissão	Recursos Humanos	70	23%
	Empregados de Escritório	39	13%
	Psicólogo	24	8%
	Diretores Executivos	20	7%
	Professor	9	3%
	Consultor	10	3%
	Técnico Superior (na função pública)	10	3%
	Outras profissões	119	39%
Antiguidade	De 1 a 5 anos	106	35%
	Mais de 10 anos	82	27%
	De 5 a 10 anos	43	14%
	Até 6 meses	36	12%
	De 6 meses a 1 ano	34	11%
Cargo de	Não	206	35%
Chefia	Sim	95	32%

4.4. Instrumentos

O questionário foi estruturado em várias seções. Após o participante aceitar os termos do consentimento informado, foram apresentados os instrumentos utilizados na presente investigação, nomeadamente, a Escala de *Bullshit Organizacional* (*Organizational Bullshit Perception Scale*), empregue para avaliar a percepção de práticas comunicacionais no contexto organizacional (anexo A.2); a Escala de Personalidade (*Big Five Inventory*), utilizado para medir os traços de personalidade dos participantes (anexo A.3); a Escala de Satisfação Laboral, aplicada para aferir o nível de satisfação no trabalho (anexo A. 4); e a Escala de Intenção de Saída, destinada a avaliar a predisposição dos colaboradores para abandonar a organização (anexo A.5). Cada um destes instrumentos foi acompanhado por um texto introdutório com as instruções necessárias ao seu correto preenchimento, de forma a garantir a clareza, a compreensão e a precisão das respostas fornecidas.

4.4.1. Escala de *Bullshit Organizacional*

Para avaliar as percepções dos colaboradores relativamente à presença de *bullshit* organizacional, recorreu-se à Escala de *Bullshit Organizacional* (*Organizational Bullshit Perception Scale*), desenvolvida por Ferreira et al. (2022). Dado que esta escala ainda não se encontra adaptada para a população portuguesa, procedeu-se à tradução e retroversão, de modo a assegurar a equivalência linguística e conceptual da escala (cf. anexo B).

Conforme apresentado na Tabela 3, esta escala é composta por 15 itens, nenhum dos quais são invertidos, distribuídos por três dimensões, “Anti-*bullshit*” (itens 1 a 6), “Chefe *Bullshitter*” (itens 7 a 11) e “Linguagem de *Bullshit*” (itens 12 a 15).

A dimensão “anti-*bullshit* avalia o grau em os colaboradores percecionam que a organização promove uma cultura comunicacional baseada em declarações assentes em fatos, em detrimento de opiniões, suposições ou especulações. Esta dimensão contempla, igualmente, a percepção da tolerância institucional relativamente a práticas discursivas desprovidas de fundamentação factual. De acordo com Ferreira e colaboradores (2022), níveis elevados de percepção de *bullshit* organizacional estão associados a um declínio da confiança interpessoal e a um impacto negativo a eficácia nos processos de tomada de decisão, comprometendo a eficácia organizacional.

A dimensão “chefe *bullshitter*” incide sobre o estilo de comunicacional dos superiores hierárquicos, nomeadamente chefias diretas e lideranças intermédias, analisando a frequência com

que recorrem a práticas de *bullshit*. A percepção da autenticidade, clareza e consistência na comunicação dos líderes revelasse determinante para a configuração do clima organizacional. A utilização recorrente de *bullshit* por parte das chefias pode fomentar um ambiente de desconfiança, com repercussões negativas ao nível da motivação e do desempenho das equipas (McCarthy et al., 2020)

Por sua vez, a dimensão “Linguagem de *Bullshit*”, avalia a frequência com que são empregues expressões ambíguas, vagas ou desprovidas de conteúdo substantivo na comunicação organizacional. Este tipo de linguagem pode dificultar a identificação da verdade, obscurecer a intencionalidade estratégica e comprometer a capacidade crítica dos colaboradores (McCarthy et al., 2020).

O desenvolvimento da Escala de *Bullshit* Organizacional representa uma abordagem metodológica robusta na análise de prevalência e impacto do *bullshit* no contexto organizacional. A identificação de padrões comunicacionais desprovidos de verdade contribui para a compreensão dos seus efeitos na satisfação laboral e na intenção de saída dos colaboradores. Adicionalmente, os dados obtidos através desta escala poderão oferecer contributos relevantes para o desenvolvimento de práticas de liderança mais éticas, transparentes e fundamentadas, promovendo, assim, uma cultura organizacional pautada pela autenticidade e pela credibilidade comunicacional.

A resposta aos 15 itens que compõem a escala foi realizada através de uma escala de *Likert* de sete pontos, onde 1 corresponde a “Discordo fortemente” e 7 a “Concordo fortemente”.

Tabela 3:

Escala de Bullshit Organizacional

1. Devem ser apresentadas evidências para sustentar as decisões tomadas.
2. As pessoas frequentemente fazem afirmações que não conseguem sustentar.
3. É fácil aceder a dados que necessito para tomar boas decisões.
4. Quando tomamos decisões colocamos mais ênfase em evidência do que em opiniões pessoais.
5. Podemos persuadir pessoas a fazer algo mesmo que a evidência não sustente os nossos argumentos.
6. As pessoas dedicam tempo a recolher e analisar dados antes de tomarem decisões.
7. Se queremos progredir basta insistir que tudo está a correr otimamente, mesmo que a evidência diga algo diferente.
8. A minha chefia diz o que for necessário para perseguir os seus objetivos.
9. Quando a minha chefia fala, geralmente fundamenta as suas opiniões com lógica
10. A minha chefia frequentemente diz coisas que podem ou não ser verdade.
11. Mesmo quando as pessoas não sabem do que estão a falar, a minha chefia frequentemente concorda com as suas sugestões.
12. A minha chefia adora utilizar acrónimos.
13. A minha chefia adora utilizar gíria.
14. As pessoas utilizam gíria com demasiada frequência.
15. As pessoas utilizam acrónimos com demasiada frequência.

4.4.2. Escala da Personalidade

A avaliação dos traços de personalidade foi realizada através da versão portuguesa da Escala de Personalidade (*Big Five Inventory* - BFI), desenvolvida e validada por Rodrigues & Gomes (2002). Este instrumento amplamente utilizado com base no Modelo dos Cinco Grandes Fatores (*Big Five*). Este modelo organiza a personalidade em cinco dimensões: Neuroticismo, Extroversão, Abertura à Experiência, Conscienciosidade e Amabilidade. Cada uma destas dimensões representa um espectro contínuo de traços de personalidade, permitindo uma análise mais aprofundada com comportamento e das atitudes dos indivíduos.

Conforme apresentado na Tabela 4, a escala é composta por um conjunto de 25 itens, não contendo itens invertidos, distribuídos pelas cinco dimensões referidas. A dimensão “Amabilidade” (itens 1 a 6) que avalia a tendência para interações interpessoais positivas, como empatia, altruísmo, confiança e cooperação. A “Extroversão” (itens 7 a 10) que mede traços relacionados com sociabilidade, assertividade e níveis de energia. O “Neuroticismo” (itens 11 a 14) que se refere à predisposição para experienciar emoções negativas, como ansiedade, irritação e tristeza. A “Conscienciosidade” (itens 15 a 19) refere-se à autodisciplina, organização e orientação para objetivos. Por fim, a dimensão “Abertura à Experiência” (itens 20 a 23) representa a imaginação, a curiosidade intelectual e a receptividade a novas ideias e experiências. Sendo estas avaliadas numa escala de *Likert* de cinco pontos, onde 1 corresponde a “Discordo fortemente” e 5 a “Concordo fortemente”, que reflete o grau de concordância dos participantes relativamente a cada afirmação.

A versão portuguesa do *Big Five Inventory* foi adaptada e validada para o contexto nacional, assegurando a sua adequação linguística e cultural, bem como a precisão e fiabilidade dos resultados. Este instrumento tem sido amplamente utilizado em diversas áreas da Psicologia, nomeadamente na psicologia organizacional, na educação e na saúde mental.

Tabela 4:

Escala de Personalidade

1.	Ponho os outros em primeiro lugar.
2.	Estou sempre pronto/a a ajudar.
3.	Coloco os interesses do grupo à frente dos meus.
4.	Considero-me uma pessoa tolerante.
5.	Sou uma pessoa humilde.
6.	Sou uma pessoa humilde.
7.	Sou altruísta.
8.	Faço amigos com facilidade.
9.	Sinto-me bem quando estou rodeado/a de pessoas.
10.	Gosto de conhecer pessoas novas.
11.	Integro-me facilmente em qualquer grupo.
12.	Sou impulsivo/a.
13.	Sou uma pessoa descontráida.
14.	Sou paciente.
15.	Considero-me uma pessoa calma.
16.	Sou pontual.
17.	Realizo todas as tarefas que me são atribuídas com o mesmo rigor.
18.	Faço sempre mais do que me é solicitado.
19.	Considero-me uma pessoa escrupulosa.
20.	Penso minuciosamente em todos os prós e contras antes de tomar uma decisão.
22.	Adapto-me facilmente a novos contextos (e.g. culturas, ambientes).
23.	Não tenho receio em enfrentar qualquer tipo de desafio.
24.	Estou sempre disposto/a a aprender coisas novas.
25.	Consigo resolver problemas complexos.

4.4.3. Escala da Satisfação Laboral

A satisfação laboral foi mensurada através da Escala de Satisfação Laboral, desenvolvida por Warr, Cook e Wall (1979), um instrumento amplamente reconhecido na literatura científica pela sua validade e fiabilidade para medir a perceção dos colaboradores em relação ao seu trabalho. A escala é composta por 15 itens, nenhum dos quais apresenta formulação invertida, avaliados numa escala *Likert* de sete pontos, variando entre 1 "Muito Insatisfeito" a 7 "Muito Satisfeito".

Como indicado na Tabela 5, a escala contempla duas dimensões fundamentais: a “satisfação intrínseca” (itens 2, 4, 6, 8, 10, 12 e 14), que se refere a aspetos internos do trabalho, como a realização pessoal, como a realização pessoal, o grau de autonomia, o envolvimento nas tarefas, a autonomia e as oportunidades de desenvolvimento profissional; e “satisfação extrínseca” (itens 1, 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15), relacionada com fatores externos ao conteúdo do trabalho, tais como a remuneração, as condições físicas do ambiente de trabalho, a estabilidade profissional e a qualidade das relações interpessoais.

Este instrumento permite uma avaliação abrangente da satisfação no trabalho, possibilitando a análise da sua relação com outras variáveis organizacionais, como o bem-estar, a motivação e a intenção de saída. A sua utilização em diferentes contextos organizacionais tem revelado elevada consistência interna e validade empírica, sendo amplamente adotado em investigações no domínio do comportamento no organizacional e da saúde ocupacional (Warr et al., 1979).

Tabela 5:

Escala de Satisfação Laboral

1.	Com as condições físicas do trabalho
2.	Com a autonomia para escolher o seu próprio método de trabalho ou o modo de execução das suas tarefas.
3.	Com os seus colegas de trabalho.
4.	Com o reconhecimento que obtém pelo trabalho bem realizado.
5.	Com o seu superior imediato (Coordenação).
6.	Com a responsabilidade que lhe é atribuída nas suas tarefas.
7.	Com o seu salário e benefícios.
8.	Com a possibilidade de aplicar as suas habilidades e conhecimentos.
9.	Com o relacionamento entre a direção da Organização e os trabalhadores.
10.	Com as suas possibilidades de progressão na carreira.
11.	Com o modo como a Organização é gerida.
12.	Com a atenção que é dada às suas sugestões.
13.	Com o seu horário de trabalho.
14.	Com a variedade de tarefas que realiza.
15.	Com a estabilidade do seu emprego.

4.4.4. Escala da Intenção de Saída

A intenção de saída foi aferida com recurso à versão adaptada e validada por Bártoleto-Ribeiro (2018), baseada na escala originalmente desenvolvida por Mobley et al. (1978) e Mowday et al. (1984), posteriormente adaptada por Bozeman e Perrewé (2001). Esta escala tem sido amplamente utilizada na literatura como um indicador da predisposição dos colaboradores para abandonar a organização, constituindo uma medida relevante da rotatividade e da estabilidade no emprego.

De acordo com a Tabela 6, a versão utilizada neste estudo é composta por oito itens, todos sem formulação invertida, adaptados por Gregório (2017). Inicialmente, os itens estavam distribuídos por quatro dimensões distintas: a Saída Extrema (itens 3 e 6), Saída Moderada (itens 2 e 5), Retenção Extrema (itens 7 e 8) e atenção moderada (itens 1 e 4). No entanto, devido à reduzida fiabilidade destas subdimensões, Condeço (2018) procedeu à validação de uma estrutura unidimensional, mantendo apenas os oito itens.

A escala adota um formato de resposta tipo *Likert* de cinco pontos, variando entre 1 "Não se aplica rigorosamente nada a mim" a 5 "Aplica-se totalmente a mim", permitindo avaliar o grau de concordância dos participantes relativamente a intenções comportamentais associadas à permanência ou à saída da organização.

Tabela 6:

Escala de Intenção de Saída

- | |
|--|
| 1. Estou a pensar permanecer nesta Organização o máximo de tempo possível. |
| 2. É muito provável que num futuro próximo venha a sair desta Organização. |
| 3. Se pudesse, sairia desta Organização hoje. |
| 4. Vou manter-me nesta Organização por mais de um ano. |
| 5. Estou a pensar deixar esta Organização num futuro próximo. |
| 6. Atualmente, estou ativamente à procura de outro emprego noutra Organização. |
| 7. Estou a pensar ficar nesta Organização por mais algum tempo. |
| 8. Estou a pensar ficar nesta Organização por mais algum tempo. |

V. RESULTADOS

5.1. Análise das Qualidades Métricas

Após a recolha dos dados através dos questionários, procedeu-se à análise das qualidades métricas das escalas utilizadas no presente estudo. A análise estatística foi realizada com recurso aos softwares IBM SPSS *Statistics* (versão 29.0) e ao *Jamovi* (versão 2.3.28). Esta etapa visou a avaliação da validade, fiabilidade e sensibilidade das dimensões que compõem cada instrumento, assegurando a robustez e precisão das medidas recolhidas.

Atendendo à existência prévia de evidência empírica sobre as estruturas fatoriais das escalas seleccionadas, foi realizada uma Análise Fatorial Confirmatória (AFC), com objetivo de verificar a validade do modelo teórico subjacente a cada instrumento. Para esse efeito, foram analisados os principais índices de ajustamento, nomeadamente o valor do qui-quadrado por graus de liberdade (χ^2/gl), o *Comparative Fit Index* (CFI) e o *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA), conforme recomendado por Marôco (2014).

De modo a otimizar o ajustamento dos modelos, foram examinados os índices de modificação (IM), tendo sido correlacionados apenas os erros de medida pertencentes à mesma dimensão, por partilharem conteúdo semelhante (Byrne, 2016). Este procedimento foi conduzido de forma sequencial, considerando prioritariamente os IM superiores a 11 e, numa segunda fase, os superiores a 4, em conformidade com os valores de referência indicados por Marôco (2014).

A Tabela 7 apresenta os resultados de referência para a interpretação dos principais índices de ajustamentos, servindo de base para a avaliação da qualidade dos modelos testados neste estudo.

Tabela 7:

Valores de referência dos Índices de Ajustamento (adaptado de Marôco, 2010)

Índice	Valores de Referência
χ^2/gl (Qui-quadrado/graus de liberdade)	>5 Ajustamento mau]2; 5] Ajustamento sofrível]1; 2] Ajustamento bom ≈ 1 Ajustamento muito bom
GFI (<i>Goodness of fit Index</i>)	< 0,8 Ajustamento mau [0,8; 0,9[Ajustamento sofrível [0,9; 0,95] Ajustamento bom $\geq 0,95$ Ajustamento muito bom
RMSEA (<i>Root Mean Square Error of Approximation</i>)	>0,10 Ajustamento inaceitável]0,05; 0,10] Ajustamento bom $\leq 0,05$ Ajustamento muito bom

De seguida, procedeu-se à avaliação da fiabilidade das medidas, através do coeficiente alfa de *Cronbach* (α), considerado um dos principais indicadores de consistência interna dos fatores (Almeida et al., 2009). A fiabilidade constitui uma propriedade fundamental dos instrumentos de medida, uma vez que permite aferir a estabilidade e coerência interna das escalas, assegurando a confiança na interpretação dos resultados (Marôco & Garcia-Marques, 2006).

Com base nos critérios de referência para a interpretação do alfa de *Cronbach*, apresentados na Tabela 8, foram considerados aceitáveis os valores iguais ou superiores a 0,7, o que indica uma consistência interna satisfatória dos itens que compõem cada dimensão.

Tabela 8:

Crítérios de Fiabilidade recomendados pelo alfa de Cronbach (adaptado de Marôco e Garcia Marques, 2006)

Categoria de Fiabilidade	Valores de Referência
Fiabilidade Inaceitável	< 0,6
Fiabilidade Baixa	0,7
Fiabilidade Moderada a Elevada	0,8 – 0,9
Fiabilidade Elevada	>0,9

Após a avaliação da validade e fiabilidade, procedeu-se ao cálculo das médias simples dos componentes de cada dimensões ajustadas, assegurando uma base sólida para interpretação rigorosa dos resultados. Seguidamente, foi analisada a sensibilidade das escalas, isto é, a sua capacidade de discriminar os participantes com base nos fatores em estudo. Esta análise foi realizada através da verificação da normalidade das variáveis, utilizando os índices de assimetria (*Sk*) e de curtose (*Ku*).

De acordo com os critérios propostos por Kline (2015), consoante Tabela 9, considera-se que uma dimensão apresenta um ajustamento adequado à distribuição normal quando os valores de assimetria inferior a 3 e os valores de curtose não excedem 8.

Tabela 9:*Parâmetros recomendados de Sensibilidade (Kline, 2015)*

Parâmetros de Sensibilidade	Valores de Referência
Coefficiente de Assimetria (<i>Sk</i>)	< 3
Coefficiente de Achatamento (<i>Ku</i>)	< 8

Por fim, após a avaliação das qualidades métricas das variáveis, procedeu-se à análise descritiva das mesmas, bem como à investigação do impacto das variáveis sociodemográficas nos fatores em estudo. Posteriormente, foram realizados os testes de hipóteses, permitindo uma compreensão mais aprofundada das relações entre as variáveis analisadas.

5.1.1. Escala de *Bullshit* Organizacional

Validade

A avaliação da validade da Escala de *Bullshit* Organizacional (*Organizational Bullshit Perception Scale*) foi realizada através de uma Análise Fatorial Confirmatória (AFC), com o objetivo de testar o ajustamento do modelo teórico subjacente à estrutura fatorial do instrumento.

Entre os principais indicadores de ajustamento considerados, destacou-se o valor de *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA), cujo valor obtido foi de 0,09, com um intervalo de confiança de 90% (IC) entre 0,08 e 0,11, indicando um ajustamento marginal. Paralelamente, os valores de *Comparative Fit Index* (CFI=0,75) e do *Tucker-Lewis Index* (TLI=0,70) apontam para um ajustamento estrutural moderado, sugerindo a necessidade de eventuais melhorias no modelo (cf. Tabela 7).

O teste ao ajustamento exato revelou um resultado estatisticamente significativo ($\chi^2(87) = 323$, $p < ,001$), conforme apresentado na Tabela 10, evidenciando um afastamento relativamente ao modelo ideal. A Tabela 11 apresenta uma síntese dos principais índices de ajustamento obtidos, de acordo com os valores de referência previamente indicados.

Tabela 10:*Teste ao Ajustamento Exato*

χ^2	gl	<i>p</i>
323	87	<,001

Tabela 11:*Índice de ajustamento da Escala de Bullshit Organizacional*

	CFI	TLI	RMSEA	IC 90% RMSEA	
				Lim. Inferior	Superior
Modelo 1	0,75	0,70	0,09	0,08	0,10

Em termos globais, os resultados da AFC indicam que a estrutura fatorial da escala apresenta níveis aceitáveis de ajustamento, ainda que com margem para aperfeiçoamento. Neste sentido, investigações futuras poderão considerar a reformulação de determinados itens ou a exploração de modelos alternativos, com objetivo de reforçar a validade estrutural do instrumento.

Fiabilidade

A análise da fiabilidade da escala revelou um coeficiente alfa de *Cronbach* de 0,70, indicando uma consistência interna marginalmente aceitável. Contudo, a análise das subdimensões de forma isolada individual evidenciou disparidades relevantes. A dimensão “Anti-bullshit” apresentou um alfa de *Cronbach* de 0,32, classificado como fraco, enquanto a dimensão “Chefe Bullshitter” obteve um valor de 0,65, considerado aceitável, embora ainda abaixo do limiar recomendado de 0,70, conforme apresentado na Tabela 12. Conforme ilustrado na Tabela 13, a análise de fiabilidade desta dimensão revelou ainda que a inversão do item 9 resultaria num aumento do alfa de *Cronbach* global para 0,65, o que representa uma ligeira diminuição face ao valor original de 0,40. Em contraste, a dimensão “Linguagem de Bullshit”, por outro lado, registou um alfa de *Cronbach* de 0,80, valor considerado aceitável e indicativo de uma boa coerência interna entre os seus itens.

Em suma, os resultados sugerem que, embora a consistência global da escala seja apenas liminarmente aceitável, a dimensão “Linguagem de Bullshit” revela-se uma fiabilidade robusta. Por outro lado, as dimensões “Anti-bullshit” e “Chefe Bullshitter” apresentam fragilidades significativas, apontando para a necessidade de revisão e reformulação dos respetivos itens com vista a uma medição mais rigorosa dos construtos subjacentes.

Tabela 12:
Fiabilidade da Escala de Bullshit Organizacional

Dimensões	Alfa de Cronbach	Classificação
<i>Anti-bullshit</i>	0,32	Fraco
<i>Chefe Bullshitter</i>	0,65	Aceitável
<i>Linguagem de Bullshit</i>	0,80	Aceitável

Tabela 13:
Valores de Alfa de Cronbach da dimensão Chefe Bullshitter se item for excluído

	Correlação item-total	Se o item for eliminado
		Alfa de Cronbach
Item 7	0,41	0,18
Item 8	0,32	0,24
Item 9	- 0,29	0,65
Item 10	0,31	0,25
Item 11	0,35	0,22

Sensibilidade

De forma a analisar a sensibilidade das dimensões da escala, foi verificada o critério de distribuição dos dados através do teste de ajustamento de *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Adicionalmente, foram analisados os coeficientes de assimetria e da curtose, com base nos valores de referência de Kline (2015) (cf. Tabela 9), que recomenda valores de assimetria inferiores a 3 e curtose valores abaixo de 8.

Conforme é possível ver na Tabela 14, os resultados evidenciam que todas as dimensões – “*Anti-bullshit*”, “*Chefe Bullshitter*” e “*Linguagem de Bullshit*” – apresentam valores de assimetria e curtose amplamente dentro dos limites recomendados, indicando distribuições próximas da normalidade.

Estes resultados sugerem que, apesar da significância estatística do teste K-S, as dimensões da

escala possuem sensibilidade adequada e distribuições suficientemente normais para permitir a aplicação de análises estatísticas paramétricas.

Tabela 14:
Sensibilidade da Escala de Bullshit Organizacional

Dimensões	Assimetria	Curtose
Anti-bullshit	- 0,06	0,34
Chefe Bullshitter	- 0,07	0,45
Linguagem de Bullshit	0,03	-0,65

5.1.2. Escala da Personalidade

Validade

Foi conduzida uma Análise Fatorial Confirmatória (AFC) para avaliar a validade Escala de Personalidade, com o intuito de verificar o ajustamento modelo teórico subjacente à sua estrutura fatorial. Para tal, foram utilizados diversos indicadores de ajustamento, destacando-se o *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) uma das principais métricas analisadas.

Como é possível observar na Tabela 15, o teste de ajustamento exato (χ^2) revelou um valor de 675, com 220 graus de liberdade (gl) e $p < .001$, indicando um ajustamento significativo do modelo aos dados. No que diz respeito às medidas de ajustamento, conforme ilustrado na Tabela 16, o valor de *Comparative Fit Index* (CFI) foi de 0,75 e o *Tucker-Lewis Index* (TLI) de 0,72, ambos abaixo do limiar frequentemente considerado aceitável, que é de 0,90. Contudo, o RMSEA obteve um valor de 0,08, com intervalos de confiança de 90% variando entre 0,08 e 0,09. De acordo com a literatura, valores de RMSEA abaixo de 0,08 são geralmente indicativos de um bom ajuste do modelo (cf. Tabela 7).

Embora algumas métricas não tenham atingido valores ideais de referência, o instrumento apresenta um ajustamento satisfatório, especialmente quando se considera o valor de RMSEA, que sugere um bom ajustamento global. Conforme ilustrado na Tabela 16, os índices de ajustamento indicam que o modelo apresenta valores razoavelmente adequados, com destaque para o RMSEA, que se encontra dentro do intervalo recomendado.

Tabela 15:*Teste ao Ajustamento Exato*

χ^2	gl	<i>p</i>
675	220	< 0,001

Tabela 16:*Índice de ajustamento da Escala de Personalidade*

CFI	TLI	RMSEA	IC 90% RMSEA	
			Lim. Inferior	Superior
0,75	0,72	0,08	0,08	0,09

Fiabilidade

Por forma a analisar a fiabilidade da presente escala foi realizada através do coeficiente alfa de *Cronbach*, que apresentou um valor global de 0,80 (cf. Tabela 17), indicando uma boa consistência interna da escala (cf. Tabela 8).

No entanto, ao analisar a Tabela 17, é possível observar variações nos níveis de fiabilidade nas diferentes dimensões. A dimensão Amabilidade obteve um valor de alfa de *Cronbach* de 0,64, sugerindo uma consistência interna fraca, o que indica que os itens que compõem esta dimensão podem não estar suficientemente correlacionados entre si (Kline, 2015). A Extroversão apresentou um valor de alfa de *Cronbach* 0,82, sugerindo um nível de fiabilidade superior, embora, segundo alguns autores, ainda possa ser considerada moderada dependendo do contexto de aplicação (George & Mallery, 2019). A dimensão neuroticismo, com um valor de alfa de *Cronbach* 0,60, encontra-se no limiar da aceitabilidade, indicando que os itens possuem uma correlação interna apenas moderada (Hair et al., 2010). Relativamente à dimensão Conscienciosidade, o valor de alfa de *Cronbach* 0,53 evidencia uma fiabilidade baixa, sugerindo que pode haver inconsistência entre os itens desta dimensão, o que poderia justificar uma reformulação ou exclusão de itens pouco correlacionados (Tabachnick & Fidell, 2019). Por outro lado, a dimensão Abertura à Experiência apresentou um valor de alfa de *Cronbach* 0,77, o que é considerado aceitável, indicando uma boa coerência interna entre os itens que a compõem (DeVellis, 2017).

Em suma, apesar de a escala globalmente apresentar um bom nível de fiabilidade, algumas dimensões, como Conscienciosidade e Amabilidade, revelam menor consistência interna, sugerindo que esses componentes possam beneficiar de ajustes ou revisão dos itens para melhorar a precisão na avaliação da personalidade.

Tabela 17:*Fiabilidade da Escala de Personalidade*

Dimensões	Alfa de Cronbach	Classificação
Amabilidade	0,64	Fraca
Extroversão	0,82	Aceitável
Neuroticismo	0,60	Fraca
Conscienciosidade	0,53	Fraca
Abertura à Experiência	0,77	Aceitável

Sensibilidade

Para analisar a sensibilidade das dimensões do instrumento, foi realizada a avaliação do critério de distribuição normal através do teste de ajustamento de *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) (cf. Tabela 9). Os resultados apresentados na Tabela 18 indicam que ambas as dimensões cumprem os critérios de assimetria inferior a 3 e curtose inferior a 8, sugerindo que os dados não apresentam desvios extremos em relação à normalidade. Estes resultados reforçam a pertinência dos dados para procedimentos estatísticos subsequentes (Kline, 2015).

Tabela 18:*Sensibilidade da Escala de Personalidade*

Dimensões	Assimetria	Curtose
Amabilidade	-0,15	-0,34
Extroversão	-0,59	0,53
Neuroticismo	-0,18	0,31
Conscienciosidade	-0,29	-0,24
Abertura à Experiência	-0,58	0,15

5.1.3. Escala da Satisfação Laboral

Validade

A validade da Escala de Satisfação Laboral foi examinada por meio de uma Análise Fatorial Confirmatória (AFC), visando confirmar a correspondência entre o teórico proposto e a estrutura fatorial empírica da escala. Para esse efeito, foram considerados diversos indicadores de ajustamento, incluindo o teste de ajustamento exato (χ^2), bem como os índices CFI, TLI e RMSEA, em conformidade com os valores de referência apresentados na Tabela 7.

Segundo os dados da Tabela 19, o teste de ajustamento exato (χ^2) revelou um valor de 386, com 89 graus de liberdade (gl) e $p < .001$, indicando que o modelo apresenta um ajustamento estatisticamente significativo aos dados.

Relativamente aos índices de ajustamento, conforme evidenciado na Tabela 20, o *Comparative Fit Index* (CFI) foi de 0,89 e o *Tucker-Lewis Index* (TLI) de 0,87. Embora ambos os valores estejam ligeiramente abaixo do limiar desejado de 0,90 (cf. Tabela 7), apontam para um ajustamento próximo do desejável. Por outro lado, o *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) foi de 0,11, com um intervalo de confiança (IC) de 90% entre 0,10 e 0,12. De acordo com a literatura, valores de RMSEA entre 0,08 e 0,10 podem ser considerados aceitáveis, interpretando como sinal de um ajustamento marginal.

Em síntese, os resultados apontam para um ajustamento global da Escala de Satisfação Laboral que, apesar de não ser ideal, revela-se suficientemente acertável para a maioria dos critérios de validade, sugerindo que o modelo teórico é razoavelmente válido para descrever os dados observados. Contudo, a ligeira discrepância em alguns dos índices de ajustamento pode justificar futuras revisões no modelo para melhoria da sua robustez estrutural.

Tabela 19:

Teste ao Ajustamento Exato

χ^2	gl	p
386	89	< ,001

Tabela 20:

Índices de ajustamento da Escala de Satisfação Laboral

CFI	TLI	RMSEA	IC 90% RMSEA	
			Lim. Inferior	Superior
0,89	0,87	0,11	0,10	0,12

Fiabilidade

A análise da fiabilidade desta escala foi conduzida através do coeficiente *alfa de cronbach*, que apresentou um valor global de 0,91, indicando uma excelente consistência interna de acordo com os critérios de referência apresentados na Tabela 8 (DeVellis, 2017). Este valor sugere que os itens que compõem a escala estão altamente correlacionados, o que garante uma medição fiável e consistente da satisfação laboral (cf. Tabela 21).

Ao examinar as dimensões individualmente, como demonstrado na Tabela 21, verifica-se que a satisfação intrínseca obteve um valor de *alfa de cronbach* 0,91, o que indica um nível muito elevado de fiabilidade. Este resultado sugere que os itens medem de forma consistente fatores relacionados com a motivação interna no trabalho, como reconhecimento, realização pessoal e autonomia (George & Mallery, 2019). Por outro lado, a satisfação extrínseca apresentou um valor de alfa de *Cronbach* 0,85, sendo também considerado muito bom, refletindo uma elevada coerência entre os itens que avaliam fatores externos, como condições de trabalho, remuneração e relação com colegas e supervisores (Field, 2018).

Desta forma, os resultados indicam que a Escala de Satisfação Laboral é um instrumento altamente fiável, sendo adequada para avaliar a satisfação dos colaboradores nos seus diferentes componentes. A elevada consistência interna das dimensões reforça a robustez da escala, permitindo uma interpretação precisa e válida dos níveis de satisfação laboral.

Tabela 21:

Fiabilidade da Escala de Satisfação Laboral

Dimensões	Alfa de <i>Cronbach</i>	Classificação
Satisfação Intrínseca	0,91	Boa
Satisfação Extrínseca	0,85	Boa

Sensibilidade

Para analisar a sensibilidade das dimensões da Escala de Satisfação procedeu-se à avaliação do critério de distribuição normal através do teste de ajustamento de *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Conforme os critérios de referência descritos na Tabela 9, ambas as dimensões apresentam valores de assimetria inferiores a 3 e curtose inferiores a 8, o que indica ausência de desvios extremos face

à normalidade (Kline, 2015). Estes resultados, apresentados na Tabela 22, atestam à conformidade da distribuição dos dados para análises estatísticas paramétricas subsequentes.

Tabela 22:

Sensibilidade da Escala de Satisfação Laboral

Dimensões	Assimetria	Curtose
Satisfação Intrínseca	-0,51	-0,33
Satisfação Extrínseca	-0,32	-0,43

5.1.4. Escala de Intenção de Saída

Validade

Com o objetivo de testar a validade do modelo teórico à estrutura fatorial da Escala de Intenção de Saída, foi realizada uma Análise Fatorial Confirmatória (AFC). O teste de ajuste exato (χ^2), revelou um valor de 73,9, com 14 graus de liberdade (gl) e $p < ,001$, indicando um ajustamento estatisticamente significativo tal como se pode verificar na Tabela 23.

Quanto aos índices de ajustamento, os resultados evidenciam um CFI de 0,967 e o TLI de 0,934, ambos superam o limiar mínimo de 0,90, o que indica um bom ajustamento no modelo. No entanto, o valor de *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) foi de 0,12, com intervalos de confiança de 90% entre 0,09 e 0,15, conforme apresentado na Tabela 24. Segundo os critérios da Tabela 7, valores de RMSEA superiores a 0,10 sugerem um ajustamento moderado, indicando que o modelo, apesar de robusto nos índices CFI e TLI pode beneficiar de alguns ajustes.

Em suma, a estrutura teórica da escala demonstra uma boa validade, com resultados satisfatórios nos principais indicadores, ainda que o RMSEA indique alguma margem para aperfeiçoamento.

Tabela 23:

Teste ao Ajustamento Exato

χ^2	gl	p
73,9	14	<,001

Tabela 24:

Análise Fatorial Confirmatória à Escala de Intenção de Saída

CFI	TLI	RMSEA	IC 90% RMSEA	
			Lim. Inferior	Superior
0,97	0,93	0,12	0,09	0,15

Fiabilidade

A fiabilidade da escala foi avaliada através do coeficiente alfa de *Cronbach*, apresentando um valor global de 0,82, o que indica uma boa consistência interna, conforme os critérios descritos na Tabela 8 (DeVellis, 2017).

Analisando a Tabela 25 observa-se as dimensões individualmente, a Saída Extrema apresentou um alfa de *Cronbach* de 0,79 e a Saída Moderada de 0,88, ambos refletindo níveis elevados de fiabilidade. Quanto às dimensões de retenção, a Retenção Extrema registou um alfa de *Cronbach* 0,83, sendo considerada muito boa, enquanto a Retenção Moderada teve um alfa de *Cronbach* de 0,65, o que representa uma fiabilidade aceitável (George & Mallery, 2019).

Tabela 25:
Fiabilidade da Escala de Intenção de Saída

Dimensões	Alfa de <i>Cronbach</i>	Classificação
Saída Extrema	0,79	Boa
Saída Moderada	0,88	Boa
Retenção Extrema	0,83	Boa
Retenção Moderada	0,65	Aceitável

Sensibilidade

Para analisar a sensibilidade foi realizada a avaliação do critério de distribuição normal através do teste de ajustamento de *Kolmogorov-Smirnov* (K-S), tendo como referência os valores estabelecidos por Kline (2015) (cf. Tabela 9). Os resultados demonstrados na Tabela 28 apresentam todas as dimensões com valores de assimetria inferior a 3 e curtose inferior a 8, estes dados indicam uma distribuição adequada e ausente de desvios extremos. Os dados não apresentam desvios extremos em relação à normalidade. Assim, os resultados reforçam a pertinência dos dados para análises estatísticas subsequentes (Kline, 2015).

Tabela 28:*Sensibilidade da Escala de Intenção de Saída*

Dimensões	Assimetria	Curtose
Saída Extrema	0,53	-1,04
Saída Moderada	-0,04	-1,26
Retenção Extrema	-0,31	-1,10
Retenção Moderada	-0,36	-0,72

5.2. Análise Descritiva das Variáveis em Estudo

Procedeu-se à análise descritiva das variáveis em estudo. De acordo com os dados apresentados na Tabela 27, no que respeita ao *bullshit* organizacional, a dimensão “anti-*bullshit*” apresentou uma média de 4,86 (DP = 0,69), numa escala de 1 a 7. Este valor, situado acima do ponto médio de quatro da escala, sugere uma valorização relativamente positiva na valorização da verdade na organização.

Por outro lado, a dimensão “chefe *bullshitter*”, que avalia a perceção da linguagem de utilizada pela liderança, obteve uma média de 3,50 (DP = 1,12), valor abaixo do ponto médio, indicando uma perceção menos favorável por parte dos participantes. A dimensão “linguagem de *bullshit*”, que registou uma média de 3,66 (DP = 1,42), também inferior ao ponto médio e com uma dispersão considerável, o que evidencia variações na perceção entre os participantes.

Relativamente aos traços de personalidade, avaliados numa escala de 1 a 5, a dimensão “abertura à experiência” obteve a média mais elevada (M=4,17; DP = 0,62), acima do valor de ponto médio, sugerindo uma predisposição geral para a aceitação de novas ideias e experiências. Seguem-se as dimensões “conscienciosidade” (M=4,03; DP = 0,55) e “amabilidade” (M = 4,01; DP = 0,50), indicando níveis elevados de responsabilidade e cooperação entre os participantes. A “extroversão” apresenta uma média de 3,82 (DP = 0,81), revelando uma sociabilidade moderada, enquanto o “neuroticismo” regista uma média de 3,52 (DP = 0,69), compatível com níveis emocionais moderados.

No que concerne a satisfação no trabalho, medida numa escala de 1 a 7, a dimensão “satisfação extrínseca” (M = 4.89; DP = 1.16) e a “satisfação intrínseca” (M = 4.84; DP = 1.36) apresentam valores superiores ao ponto médio da escala. Estes resultados refletem níveis globalmente positivos de satisfação no trabalho, quer em termos de fatores externos, como o salário e benefícios, quer de fatores internos, como a motivação e o compromisso profissional.

Relativamente à intenção de saída, avaliada igualmente numa escala de 1 a 5, as dimensões de retenção evidenciaram médias acima do ponto médio, “retenção moderada” ($M = 3.43$; $DP = 1.18$) e “retenção extrema” ($M = 3.35$; $DP = 1.33$). Estes dados indicam uma tendência moderada dos participantes para permanecerem na organização. As dimensões de saída apresentaram médias inferiores, “saída moderada” ($M=3,04$; $DP = 1,39$), e “saída extrema” ($M=2,44$; $DP = 1,40$). A última, em particular, sugere uma menor propensão para ações de saída abrupta da organização, embora não seja negligenciável a presença de alguma intensão de saída moderada.

Em síntese, os resultados descritos indicam que os participantes valorizam, de forma geral, a comunicação autêntica na organização, apesar de manifestarem reservas quanto à linguagem utilizada pelas chefias e à comunicação institucional. Os traços de personalidade mais destacados foram a abertura à experiência e a conscienciosidade. A satisfação no trabalho revelou-se elevada, tanto em dimensões extrínsecas como intrínsecas. Quanto à intenção de saída, os valores obtidos evidenciam uma tendência moderada para a permanência, com indícios de possíveis intenções de saída, sobretudo de natureza não extrema.

Estas conclusões fornecem um panorama inicial ao perfil dos participantes e estabelecem uma base sólida para as análises inferenciais subsequentes, que visam explorar as inter-relações entre os diferentes construtos em estudo.

Tabela 27:
Comparação de Médias e Desvio Padrão

	Mínimo	Máximo	Média	Desvio de Padrão
<i>Anti-bullshit</i>	3	7	4,86	0,69
<i>Chefe Bullshitter</i>	1	7	3,50	1,12
<i>Linguagem de Bullshit</i>	1	7	3,66	1,42
Amabilidade	3	5	4,01	0,50
Extroversão	1	5	3,82	0,81
Neuroticismo	1	5	3,52	0,69
Conscienciosidade	2	5	4,03	0,55
Abertura à Experiência	2	5	4,17	0,62
Satisfação Intrínseca	1	7	4,84	1,36
Satisfação Extrínseca	2	7	4,89	1,16
Saída Extrema	1	5	2,44	1,40
Saída Moderada	1	5	3,04	1,39
Retenção Extrema	1	5	3,35	1,33
Retenção Moderada	1	5	3,43	1,18

5.3. Análise da Correlação entre Variáveis

Após a verificação dos pressupostos estatísticos necessários, procedeu-se à análise das correlações entre variáveis em estudo — *bullshit* organizacional, personalidade, satisfação laboral e intenção de saída — e as variáveis sociodemográficas (habilitações literárias, antiguidade e idade). Através do cálculo dos coeficientes de correlação de Pearson, foram avaliadas as associações entre estas dimensões, de forma a determinar a significância estatística.

De acordo com os resultados apresentados na Tabela 28, observou-se uma correlação moderada e positiva entre as dimensões “anti-*bullshit*”, “chefe *bullshitter*” ($r=0,29$; $z=3,22$; $p=0,001$), indicando uma relação estatisticamente significativa entre estas duas dimensões. Em contrapartida, a correlação entre “anti-*bullshit*” e “linguagem de *bullshit*” foi muito fraca e negativa ($r=-0,03$; $z=-0,38$; $p=0,71$), não sendo estatisticamente significativa, o que sugere que a associação observada poderá ser atribuída ao acaso. Por fim, a correlação entre “chefe *bullshitter*” e “linguagem de *bullshit*” revelou-se forte e positiva ($r=0,63$; $z=11,40$; $p < 0,001$), indicando uma associação estatisticamente significativa e robusta. Este resultado evidencia uma percepção mais favorável da linguagem utilizada pela chefia tende a estar fortemente associada a uma percepção positiva da liderança no contexto da comunicação organizacional.

Relativamente às variáveis sociodemográficas, observam-se e forma geral, correlações de fraca magnitude entre as variáveis sociodemográficas — habilitações literárias, antiguidade e idade — e as variáveis em estudo, nomeadamente *bullshit* organizacional, traços de personalidade, satisfação laboral e intenção de saída, sendo estas, na sua maioria, estatisticamente não significativas. A principal exceção refere-se à variável “idade”, que revelou associações estatisticamente significativas com os traços de “extroversão” ($r = 0,14$; $p < 0,05$) e “conscienciosidade” ($r = 0,21$; $p < 0,01$), sugerindo que níveis mais elevados de idade podem estar modestamente relacionados com uma maior extroversão e conscienciosidade. Estes resultados indicam uma influência limitada das variáveis sociodemográficas nas restantes variáveis em análise.

Em síntese, os resultados sugerem uma associação significativa entre anti-*bullshit* e chefe *bullshitter*, uma associação fraca e não significativa entre anti-*bullshit* e linguagem de *bullshit*, e uma associação forte e estatisticamente entre chefe *bullshitter* e linguagem de *bullshit*. Estes dados contribuem para uma compreensão mais aprofundada das interações entre as dimensões do *bullshit* organizacional, evidenciando o papel da liderança na percepção da comunicação dentro da organização.

Tabela 28:*Matriz de correlação de Pearson entre variáveis de estudo e variáveis sociodemográficas:*

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	Habilitações Literárias	Antiguidade	Idade
1. Anti-bullshit	1																
2. Chefe Bullshitter	0,80**	1															
3. Linguagem de Bullshit	0,25**	0,49**	1														
4. Amabilidade	0,19**	0,04	0,13*	1													
5. Extroversão	0,27**	0,03	0,07	0,26**	1												
6. Neuroticismo	0,20**	0,1	0,17**	0,24**	0,21**	1											
7. Conscienciosidade	0,14*	-0,02	0,11	0,28**	0,22**	0,21**	1										
8. Abertura à Experiência	0,19**	-0,002	0,14*	0,28**	0,44**	0,21**	,359**	1									
9. Satisfação Intrínseca	0,24**	-0,36**	-0,09	0,02	0,13*	0,06	0,11	0,16**	1								
10. Satisfação Extrínseca	0,23**	-0,39**	-0,15*	0,07	0,13*	0,06	0,04	0,11	0,88**	1							
11. Intenção de Saída Extrema	-0,09	0,36**	0,18**	-0,00	0,02	0,01	-0,06	0,01	-0,62**	-0,63**	1						
12. Intenção de Saída Moderada	-0,15*	0,31**	0,12*	-0,05	-0,04	0,03	-0,09	-0,00	-0,61**	-0,57**	,788**	1					
13. Retenção Extrema	0,22**	-0,27**	-0,06	0,11	0,08	0,04	,16**	0,07	0,61**	0,61**	-,737**	-0,74**	1				
14. Retenção Moderada	0,15*	-0,22**	-0,02	0,11	0,05	0,03	,16**	0,04	0,58**	0,57**	-,673**	-0,69**	0,80**	1			
Habilitações Literárias	0,01	-0,03	-0,02	-0,02	0,00	-0,11	-0,04	-0,05	0,05	-0,00	0,033	0,01	-0,04	-0,04			
Antiguidade	0,08	0,07	0,07	-0,02	0,05	0,06	0,09	0,06	0,07	0,00	-0,049	-0,06	0,05	0,10	0,04		
Idade	0,11	0,06	0,04	-0,03	,14*	0,06	,21**	0,07	0,09	-0,02	-0,05	-0,12*	0,15*	0,17**	-0,04	0,51**	1

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

5.4.1. Impacto da Variável Género nas Variáveis em Estudo

A análise descritiva das variáveis em estudo, considerando o género como fator de comparação, encontra-se detalhada na Tabela 29 e evidência diferenças entre os grupos através do Teste t na Tabela 30.

Relativamente à dimensão “anti-*bullshit*”, os participantes do sexo masculino apresentam uma média ligeiramente superior ($M = 3,70$, $DP = 1,09$) em comparação com os do sexo feminino ($M = 3,37$; $DP = 1,11$). Contudo, esta diferença não foi estatisticamente significativa ($t(299) = -1,54$, $p = 0,12$).

No que concerne à dimensão “chefe *bullshitter*”, os homens registaram uma média mais elevada ($M = 3,71$, $DP = 1,10$) do que as mulheres ($M = 3,37$, $DP = 1,11$). Esta diferença revelou-se estatisticamente significativa ($t(299) = -2,55$, $p = 0,011$; $d = -0,30$), que indica uma perceção mais crítica do estilo de liderança por parte do grupo masculino.

A dimensão “linguagem de *bullshit*” apresentou diferenças significativas, sendo mais valorizada pelos homens ($M = 4,03$, $DP = 1,28$) comparativamente às mulheres ($M = 3,44$, $DP = 1,46$) ($t(299) = -3,56$, $p < 0,001$), evidenciando uma perceção diferenciada da comunicação organizacional entre os géneros.

No domínio dos traços de personalidade, a “amabilidade” apresentou médias próximas entre os sexos: (mulheres: $M = 3,99$, $DP = 0,49$; homens: $M = 4,05$, $DP = 0,52$), sem diferenças estatisticamente significativas ($t(299) = -1,02$, $p = 0,308$). Por outro lado, a “extroversão” foi significativamente mais elevada entre os homens ($M = 3,94$, $DP = 0,79$) do que entre as mulheres ($M = 3,74$, $DP = 0,81$), esta diferença sugere que o género pode influenciar o modo como os indivíduos se posicionam e interagem socialmente no ambiente de trabalho. ($t(299) = -2,05$, $p = 0,041$).

Já o neuroticismo apresentou diferenças valores mais elevados nas mulheres ($M = 3,66$, $DP = 0,71$) do que entre os homens ($M = 3,43$, $DP = 0,67$), diferenças estatisticamente significativas ($t(299) = -2,89$, $p = 0,004$), em consonância com a literatura que aponta para uma maior prevalência deste traço no sexo feminino.

As dimensões “conscienciosidade” (mulheres: $M = 4,00$, $DP = 0,56$; homens: $M = 4,07$, $DP = 0,54$; $t(299) = -1,13$, $p = 0,259$) e “abertura à experiência” (mulheres: $M = 4,13$, $DP = 0,60$; homens: $M = 4,23$, $DP = 0,66$; $t(299) = -1,35$, $p = 0,178$) não apresentaram diferenças estatisticamente significativas entre os grupos.

Relativamente à satisfação no trabalho, a “satisfação intrínseca” foi significativamente mais

elevada nos homens ($M = 5,10$, $DP = 1,29$) comparativamente às mulheres ($M = 4,69$, $DP = 1,38$) ($t(299) = -2,56$, $p = 0,011$), sugerindo que os homens podem sentir maior realização nas tarefas desempenhadas. Já a “satisfação extrínseca”, apesar de ter sido mais elevada nos homens ($M = 5,04$, $DP = 1,14$) do que nas mulheres ($M = 4,80$, $DP = 1,17$), não atingiu significância estatística ($t(299) = -1,78$, $p = 0,076$).

No que respeita à intenção de saída e retenção organizacional, não se verificaram diferenças estatisticamente significativas entre nenhuma das dimensões ($p < 0,050$). A “saída extrema” é ligeiramente mais elevada nas mulheres ($M = 2,49$, $DP = 1,34$) do que nos homens ($M = 2,34$, $DP = 1,34$) ($t(299) = 0,90$, $p = 0,370$); enquanto a “saída moderada” apresenta valores idênticos em ambos os grupos ($M = 3,04$) ($t(299) = 0,03$, $p = 0,980$). A “retenção extrema” mostra médias muito próximas (mulheres: $M = 3,34$, $DP = 1,39$; homens: $M = 3,36$, $DP = 1,23$) ($t(299) = -0,10$, $p = 0,920$); sendo a retenção moderada ligeiramente mais elevada no grupo masculino ($M = 3,57$, $DP = 1,11$) do que no feminino ($M = 3,34$, $DP = 1,21$) ($t(299) = -1,60$, $p = 0,111$).

Em síntese, os resultados indicam que o género tem impacto em algumas variáveis organizacionais e traços de personalidade. Os homens tendem a apresentar níveis mais elevados de extroversão, satisfação intrínseca e perceções mais críticas face à liderança e comunicação organizacional, enquanto as mulheres evidenciam níveis superiores de neuroticismo. Nas restantes variáveis, não se observaram diferenças significativas entre os géneros, sugerindo que o impacto do género é pontual e não transversal a todas as dimensões analisadas.

Tabela 29:*Comparação de variáveis em estudo e gênero*

	Sexo	N	Média	Desvio de Padrão	Erro de média padrão
<i>Anti-Bullshit</i>	Feminino	187	4,81	0,65	0,05
	Masculino	114	4,94	0,75	0,07
<i>Chefe Bullshitter</i>	Feminino	187	3,37	1,11	0,08
	Masculino	114	3,70	1,09	0,10
<i>Linguagem de Bullshit</i>	Feminino	187	3,44	1,46	0,11
	Masculino	114	4,03	1,28	0,12
<i>Amabilidade</i>	Feminino	187	3,99	0,49	0,04
	Masculino	114	4,05	0,52	0,05
<i>Extroversão</i>	Feminino	187	3,74	0,81	0,06
	Masculino	114	3,94	0,79	0,07
<i>Neuroticismo</i>	Feminino	187	3,43	0,67	0,045
	Masculino	114	3,66	0,71	0,07
<i>Consciente</i>	Feminino	187	4,00	0,56	0,04
	Masculino	114	4,07	0,54	0,05
<i>Abertura à Experiência</i>	Feminino	187	4,13	0,60	0,04
	Masculino	114	4,23	0,66	0,06
<i>Satisfação Intrínseca</i>	Feminino	187	4,69	1,38	0,10
	Masculino	114	5,10	1,29	0,12
<i>Satisfação Extrínseca</i>	Feminino	187	4,80	1,17	0,09
	Masculino	114	5,04	1,14	0,11
<i>Intenção de Saída Extrema</i>	Feminino	187	2,49	1,44	0,11
	Masculino	114	2,34	1,34	0,13
<i>Intenção de Saída Moderada</i>	Feminino	187	3,04	1,41	0,10
	Masculino	114	3,04	1,34	0,13
<i>Retenção Extrema</i>	Feminino	187	3,34	1,39	0,10
	Masculino	114	3,36	1,23	0,12
<i>Retenção Moderada</i>	Feminino	187	3,34	1,21	0,09
	Masculino	114	3,57	1,11	0,10

Tabela 30:*Comparação de variáveis em estudo e o gênero*

	Teste de <i>Levene</i> para Igualdade de Variâncias		Teste- <i>t</i> para Igualdade de Médias							
			Significância		Média	Erro de média padrão	95% Intervalo de Confiança da Diferença		Limite Inferior	Limite Superior
			<i>t</i>	gl						
	F	Sig.			Unilateral <i>p</i>	Bilateral <i>p</i>				
<i>Anti-Bullshit</i>	2,72	0,10	-1,54	299	0,06	0,12	-0,13	0,08	-0,29	0,03
<i>Chefe Bullshitter</i>	0,23	0,63	-2,55	299	0,01	0,01	-0,34	0,13	-0,59	-0,08
Linguagem de <i>Bullshit</i>	3,85	0,05	-3,56	299	0,00	0,00	-0,59	0,17	-0,92	-0,26
Amabilidade	0,39	0,53	-1,05	299	0,15	0,29	-0,06	0,06	-0,18	0,05
Extroversão	0,13	0,72	-2,05	299	0,02	0,04	-0,20	0,10	-0,38	-0,01
Neuroticismo	1,54	0,22	-2,89	299	0,00	0,00	-0,24	0,08	-0,40	-0,08
Consciente	0,42	0,52	-1,13	299	0,13	0,26	-0,07	0,07	-0,20	0,05
Abertura à Experiência	1,90	0,17	-1,35	299	0,09	0,18	-0,10	0,07	-0,25	0,05
Satisfação Intrínseca	0,79	0,37	-2,56	299	0,01	0,01	-0,41	0,16	-0,72	-0,09
Satisfação Extrínseca	0,00	0,99	-1,78	299	0,04	0,08	-0,24	0,14	-0,51	0,03
Intenção de Saída Extrema	1,61	0,21	0,90	299	0,18	0,37	0,15	0,17	-0,18	0,48
Intenção de Saída Moderada	1,52	0,22	0,03	299	0,49	0,98	0,01	0,16	-0,32	0,33
Retenção Extrema	7,09	0,01	-0,10	299	0,46	0,92	-0,02	0,16	-0,33	0,30
Retenção Moderada	1,52	0,22	-1,60	299	0,06	0,11	-0,22	0,14	-0,50	0,05

5.4.2. Impacto da Variável Chefia nas Variáveis em Estudo

No âmbito da análise estatística das médias das variáveis em estudo foi realizada considerando a ocupação de um cargo de chefia. A análise estatística das médias das variáveis em estudo, considerando a ocupação de um cargo de chefia, apresenta-se na Tabela 31, com os resultados dos testes t na Tabela 32.

Relativamente à percepção de “anti-*bullshit*”, os participantes com cargos de chefia apresentam uma média ligeiramente superior ($M = 4,92$, $DP = 0,70$) face aos que não ocupam tais cargos ($M = 4,84$, $DP = 0,69$). No entanto, o teste t não indicou diferença estatisticamente significativa entre os grupos ($t(299) = -1,54$, $p = 0,12$), sugerindo que esta pequena diferença não é relevante do ponto de vista estatístico.

No que respeita à dimensão “chefe *bullshitter*”, os líderes obtiveram uma média de 3,50 ($DP = 1,11$), ligeiramente superior à dos não líderes ($M = 3,49$, $DP = 1,12$). Aqui, a análise estatística revelou uma diferença estatisticamente significativa ($t(299) = -2,90$, $p < 0,001$), indicando que a posição de chefia está associada a uma percepção mais crítica relativamente a este constructo, com um efeito prático pequeno a moderado.

Quanto à “linguagem de *bullshit*” organizacional, os líderes apresentaram uma média significativamente superior ($M = 3,79$, $DP = 1,35$) face aos não líderes ($M = 3,60$, $DP = 1,45$), sugerindo uma percepção mais acentuada desta dimensão por parte dos indivíduos em cargos de chefia ($t(299) = -3,56$, $p < 0,001$).

Em relação aos traços de personalidade, não se verificaram diferenças estatisticamente significativas na “amabilidade” ($t(299) = -1,05$, $p = 0,29$) e na “conscienciosidade” ($t(299) = -1,13$, $p = 0,26$), apesar das médias serem ligeiramente superiores nos líderes. Por outro lado, a “extroversão” foi significativamente mais elevada entre os líderes ($M = 3,93$, $DP = 0,75$) em comparação com os não líderes ($M = 3,77$, $DP = 0,82$), com diferença estatisticamente significativa ($t(299) = -2,05$, $p = 0,04$).

O “neuroticismo” apresentou um padrão inverso, sendo significativamente inferior nos líderes ($M = 3,49$, $DP = 0,70$) face aos não líderes ($M = 3,53$, $DP = 0,69$) ($t(299) = -2,89$, $p < 0,001$), indicando que quem ocupa cargos de chefia tende a apresentar níveis menores deste traço. Já a “abertura à experiência” apresentou uma diferença que não atingiu significância estatística ($t(299) = -1,35$, $p = 0,18$), embora a média seja superior no grupo de chefia.

No domínio da satisfação no trabalho, os participantes com cargos de chefia apresentaram níveis

significativamente mais elevados tanto na “satisfação intrínseca” ($M = 5,26$, $DP = 1,33$) comparativamente aos não líderes ($M = 4,65$, $DP = 1,33$) , com diferenças estatisticamente significativa ($t(299) = -2,56$, $p = 0,01$). Quanto à “satisfação extrínseca”, também foi maior entre os líderes ($M = 5,14$, $DP = 1,22$) face aos não líderes ($M = 4,78$, $DP = 1,11$), embora esta diferença não tenha atingido significância estatística ($t(299) = -1,78$, $p = 0,08$), indicando apenas uma tendência.

Por fim, as variáveis relacionadas com a intenção de saída e retenção organizacional não apresentaram diferenças estatisticamente significativas entre nenhum dos grupos ($p > 0,05$). Observou-se, contudo, uma tendência para menor intenção de “saída extrema” (chefia: $M = 2,25$, $DP = 1,36$; não chafia: $M = 2,52$, $DP = 1,42$) e “saída moderada” (chefia: $M = 2,88$, $DP = 1,40$; não chafia: $M = 3,11$, $DP = 1,37$) nos participantes com cargos de chafia. De forma semelhante, a “retenção extrema” (chefia: $M = 3,47$, $DP = 1,33$; não chafia: $M = 3,29$, $DP = 1,33$) e “retenção Moderada” (chefia: $M = 3,56$, $DP = 1,11$; não chafia: $M = 3,37$, $DP = 1,20$) mostrou valores ligeiramente superiores entre os líderes.

Em suma, os resultados indicam que a ocupação de cargos de chafia está associada a uma perceção mais crítica sobre o chefe *bullshitter* e a linguagem de *bullshit*, maior extroversão, menor neuroticismo e níveis superiores de satisfação intrínseca no trabalho. Contudo, não foram observadas diferenças significativas nas restantes variáveis, nomeadamente em amabilidade, conscienciosidade, abertura à experiência e intenção de saída.

Tabela 31:*Comparação de variáveis em estudo e cargo de chefia*

Estatística de Grupo					
	Ocupa cargo de chefia	N	Média	Desvio de padrão	Erro de média padrão
<i>Anti-Bullshit</i>	Sim	95	4,92	0,70	0,07
	Não	206	4,84	0,69	0,05
<i>Chefe Bullshitter</i>	Sim	95	3,50	1,11	0,11
	Não	206	3,49	1,12	0,08
<i>Linguagem de Bullshit</i>	Sim	95	3,79	1,35	0,14
	Não	206	3,60	1,45	0,10
<i>Amabilidade</i>	Sim	95	4,03	0,47	0,05
	Não	206	4,00	0,51	0,04
<i>Extroversão</i>	Sim	95	3,93	0,75	0,08
	Não	206	3,77	0,82	0,06
<i>Neuroticismo</i>	Sim	95	3,49	0,70	0,07
	Não	206	3,53	0,69	0,05
<i>Consciente</i>	Sim	95	4,07	0,59	0,06
	Não	206	4,01	0,53	0,04
<i>Abertura à Experiência</i>	Sim	95	4,29	0,60	0,06
	Não	206	4,11	0,63	0,04
<i>Satisfação Intrínseca</i>	Sim	95	5,26	1,33	0,14
	Não	206	4,65	1,33	0,09
<i>Satisfação Extrínseca</i>	Sim	95	5,14	1,22	0,12
	Não	206	4,78	1,11	0,08
<i>Intenção de Saída Extrema</i>	Sim	95	2,25	1,36	0,14
	Não	206	2,52	1,42	0,10
<i>Intenção de Saída Morada</i>	Sim	95	2,88	1,40	0,14
	Não	206	3,11	1,37	0,10
<i>Intenção de Saída: Retenção Extrema</i>	Sim	95	3,47	1,33	0,14
	Não	206	3,29	1,33	0,09
<i>Intenção de Saída: Retenção Moderada</i>	Sim	95	3,56	1,11	0,11
	Não	206	3,37	1,20	0,08

Tabela 32:*Comparação das variáveis em estudo e o cargo de chefia*

	Teste de Levene para Igualdade de Variâncias				Teste-t para Igualdade de Médias					
	F	Sig.	t	gl	Significância		Média	Erro de média padrão	95% Intervalo de Confiança da Diferença	
					Unilateral p	Bilateral p			Limite Inferior	Limite Superior
<i>Anti-bullshit</i>	2,72	0,10	-1,54	299	0,06	0,12	-0,13	0,08	-0,29	0,03
<i>Chefe Bullshitter</i>	2,59	0,11	-2,90	299	0,00	0,00	-0,32	0,11	-0,54	-0,10
<i>Linguagem de Bullshit</i>	3,85	0,05	-3,56	299	0,00	0,00	-0,59	0,17	-0,91	-0,26
Amabilidade	0,39	0,53	-1,05	299	0,15	0,29	-0,06	0,06	-0,18	0,05
Extroversão	0,13	0,72	-2,05	299	0,02	0,04	-0,19	0,09	-0,38	-0,01
Neuroticismo	1,54	0,22	-2,89	299	0,00	0,00	-0,23	0,08	-0,39	-0,07
Conscienciosidade	0,42	0,52	-1,13	299	0,13	0,26	-0,07	0,06	-0,20	0,05
Abertura à Experiência	1,90	0,17	-1,35	299	0,09	0,18	-0,10	0,07	-0,25	0,05
Satisfação Intrínseca	0,79	0,37	-2,56	299	0,01	0,01	-0,41	0,16	-0,72	-0,09
Satisfação Extrínseca	0,00	0,99	-1,78	299	0,04	0,08	-0,2	0,14	-0,51	0,03
Saída Extrema	1,61	0,21	0,90	299	0,18	0,37	0,15	0,17	-0,18	0,48
Saída Moderada	1,52	0,22	0,03	299	0,49	0,98	0,00	0,16	-0,32	0,33
Retenção Extrema	7,09	0,01	-0,10	299	0,46	0,92	-0,02	0,16	-0,33	0,30
Retenção Moderada	1,52	0,22	-1,60	299	0,05	0,11	-0,22	0,14	-0,50	0,05

5.4.3. Teste de Hipóteses

Após a análise das qualidades métricas das escalas utilizadas, da estatística descritiva das variáveis em estudo e das correlações entre os construtos, procedeu-se ao teste do modelo de moderação de Hayes, implementando através do *software* SPSS. Neste estudo, utilizou-se o Modelo 1, correspondente ao Modelo de Moderação Simples (Hayes, 2018), com o objetivo de examinar o papel moderador das diferentes dimensões da personalidade na relação entre o *bullshit* organizacional, a satisfação laboral e intenção de saída.

Com base nas duas hipóteses principais, foram formuladas hipóteses secundárias, considerando as três dimensões do *bullshit* organizacional na sua relação com as variáveis critério (satisfação laboral e a intenção de saída), moderadoras pelas cinco dimensões da personalidade (amabilidade, extroversão, neuroticismo, conscienciosidade e abertura à experiência).

No total, foram testadas 60 sub-hipóteses (cf. Tabela 33) derivadas das Hipóteses 1 e 2.

H1: Personalidade tem um efeito moderador na relação do *Bullshit* Organizacional com a Intenção de Saída.

H2: Personalidade tem um efeito moderador na relação do *Bullshit* Organizacional com a Satisfação no Trabalho.

Tabela 33:

Hipóteses de estudo

	Intenção de Saída (Variável Critério)	<i>Bullshit</i> Organizacional (Variável Preditora)	Personalidade (Variável Moderadora)	Resultado
H1.1.1	Saída Extrema	<i>Anti-bullshit</i>	Amabilidade	Infirmado
H1.1.2.			Extroversão	Infirmado
H1.1.3.			Neuroticismo	Confirmado
H1.1.4.			Conscienciosidade	Infirmado
H1.1.5.			Abertura à Experiência	Infirmado
H1.1.6.		<i>Chefe Bullshitter</i>	Amabilidade	Infirmado
H1.1.7.			Extroversão	Infirmado
H1.1.8.			Neuroticismo	Infirmado
H1.1.9.			Conscienciosidade	Infirmado
H1.1.10.			Abertura à Experiência	Infirmado
H1.1.11.		Linguagem de <i>Bullshit</i>	Amabilidade	Infirmado
H1.1.12.			Extroversão	Infirmado
H1.1.13.			Neuroticismo	Infirmado
H1.1.14.			Conscienciosidade	Infirmado
H1.1.15.			Abertura à Experiência	Infirmado

H1.2.1.	Saída Moderada	<i>Anti-bullshit</i>	Amabilidade	Infirmado
H1.2.2.			Extroversão	Infirmado
H1.2.3.			Neuroticismo	Infirmado
H1.2.4.			Conscienciosidade	Infirmado
H1.2.5.			Abertura à Experiência	Infirmado
H1.2.6.		<i>Chefe Bullshitter</i>	Amabilidade	Infirmado
H1.2.7.			Extroversão	Infirmado
H1.2.8.			Neuroticismo	Infirmado
H1.2.9.			Conscienciosidade	Infirmado
H1.2.10.			Abertura à Experiência	Infirmado
H1.2.11.		<i>Linguagem de Bullshit</i>	Amabilidade	Infirmado
H1.2.12.			Extroversão	Infirmado
H1.2.13.			Neuroticismo	Infirmado
H1.2.14.			Conscienciosidade	Infirmado
H1.2.15.			Abertura à Experiência	Infirmado
H1.3.1.	Retenção Extrema	<i>Anti-bullshit</i>	Amabilidade	Infirmado
H1.3.2.			Extroversão	Infirmado
H1.3.3.			Neuroticismo	Infirmado
H1.3.4.			Conscienciosidade	Infirmado
H1.3.5.			Abertura à Experiência	Infirmado
H1.3.6.		<i>Chefe Bullshitter</i>	Amabilidade	Infirmado
H1.3.7.			Extroversão	Infirmado
H1.3.8.			Neuroticismo	Infirmado
H1.3.9.			Conscienciosidade	Infirmado
H1.3.10.			Abertura à Experiência	Infirmado
H1.3.11.		<i>Linguagem de Bullshit</i>	Amabilidade	Infirmado
H1.3.12.			Extroversão	Infirmado
H1.3.13.			Neuroticismo	Infirmado
H1.3.14.			Conscienciosidade	Infirmado
H1.3.15.			Abertura à Experiência	Infirmado
H1.4.1.	Retenção Moderada	<i>Anti-bullshit</i>	Amabilidade	Infirmado
H1.4.2.			Extroversão	Infirmado
H1.4.3.			Neuroticismo	Infirmado
H1.4.4.			Conscienciosidade	Infirmado
H1.4.5.			Abertura à Experiência	Infirmado
H1.4.6.		<i>Chefe Bullshitter</i>	Amabilidade	Infirmado
H1.4.7.			Extroversão	Infirmado
H1.4.8.			Neuroticismo	Infirmado
H1.4.9.			Conscienciosidade	Infirmado
H1.4.10.			Abertura à Experiência	Infirmado
H1.4.11.		<i>Linguagem de Bullshit</i>	Amabilidade	Infirmado
H1.4.12.			Extroversão	Infirmado
H1.4.13.			Neuroticismo	Infirmado
H1.4.14.			Conscienciosidade	Infirmado

H1.4.15.			Abertura à Experiência	Infirmado
H2.1.1.	Satisfação Intrínseca	Anti-bullshit	Amabilidade	Confirmado
H2.1.2.			Extroversão	Infirmado
H2.1.3.			Neuroticismo	Infirmado
H2.1.4.			Conscienciosidade	Infirmado
H2.1.5.			Abertura à Experiência	Infirmado
H2.1.6.		Chefe <i>Bullshitter</i>	Amabilidade	Infirmado
H2.1.7.			Extroversão	Infirmado
H2.1.8.			Neuroticismo	Infirmado
H2.1.9.			Conscienciosidade	Infirmado
H2.1.10.			Abertura à Experiência	Infirmado
H2.1.11.		Linguagem de <i>Bullshit</i>	Amabilidade	Infirmado
H2.1.12.			Extroversão	Infirmado
H2.1.13.			Neuroticismo	Infirmado
H2.1.14.			Conscienciosidade	Infirmado
H2.1.15.			Abertura à Experiência	Infirmado
H2.2.1.	Satisfação Extrínseca	Anti-bullshit	Amabilidade	Confirmado
H2.2.2.			Extroversão	Confirmado
H2.2.3.			Neuroticismo	Infirmado
H2.2.4.			Conscienciosidade	Infirmado
H2.2.5.			Abertura à Experiência	Infirmado
H2.2.6.		Chefe <i>Bullshitter</i>	Amabilidade	Infirmado
H2.2.7.			Extroversão	Infirmado
H2.2.8.			Neuroticismo	Infirmado
H2.2.9.			Conscienciosidade	Infirmado
H2.2.10.			Abertura à Experiência	Infirmado
H2.2.11.		Linguagem de <i>Bullshit</i>	Amabilidade	Infirmado
H2.2.12.			Extroversão	Infirmado
H2.2.13.			Neuroticismo	Infirmado
H2.2.14.			Conscienciosidade	Infirmado
H2.2.15.			Abertura à Experiência	Infirmado

A análise revelou efeitos diretos significativos entre a dimensão anti-*bullshit* e as variáveis saída extrema, satisfação intrínseca e satisfação extrínseca. Contudo, não foram identificados efeitos moderadores estatisticamente significativos para as dimensões chefe *bullshitter* e linguagem de *bullshit*. A análise detalhada dos dados relativos às hipóteses infirmadas encontram-se disponíveis no Anexo C. Em contrapartida, emergiram efeitos de moderação relevantes em algumas combinações envolvendo traços de personalidade, nomeadamente, o neuroticismo, a amabilidade e a extroversão.

Das 60 sub-hipóteses submetidas a teste, destacam-se como hipóteses confirmadas as hipóteses H.1.1.3., H2.1.1., H2.2.1. e H2.2.2., que serão apresentadas de seguida, sendo as restantes apresentadas em anexo (Anexo C).

H1.1.3.: O Neuroticismo tem um efeito moderador na relação entre o *Anti-bullshit* e a Saída Extrema.

Conforme apresentado na Tabela 34, a análise desta hipótese demonstrou um efeito moderador significativo da dimensão “neuroticismo” na relação entre a dimensão “anti-bullshit” e a “saída extrema” ($\beta=0,54$; $p=0,00$). A inclusão do termo de interação contribui com um aumento de 3% na variância explicada (R^2 modificado = 0,03), reforçando a relevância do traço de personalidade como moderador no modelo proposto.

A Figura 2 evidencia que, indivíduos com níveis elevados de “neuroticismo”, em contextos de altos níveis de “anti-bullshit”, maior será a intenção de “saída extrema” ($y = 4,82$; $\beta = -0,51$). Em contraste, para indivíduos com níveis médios ($y = 3,55$; $\beta = -0,24$) e baixos ($y = 1,65$; $\beta = 0,17$) de “neuroticismo”, observa-se uma relação inversa e negativa, na qual a intenção de “saída extrema” diminuir à medida que o efeito do “anti-bullshit” aumenta. Esses resultados corroboram a hipótese H1.1.1.3. apresentada.

Figura 2:

Representação gráfica da moderação do Neuroticismo para a relação entre o Anti-bullshit e a Saída Extrema

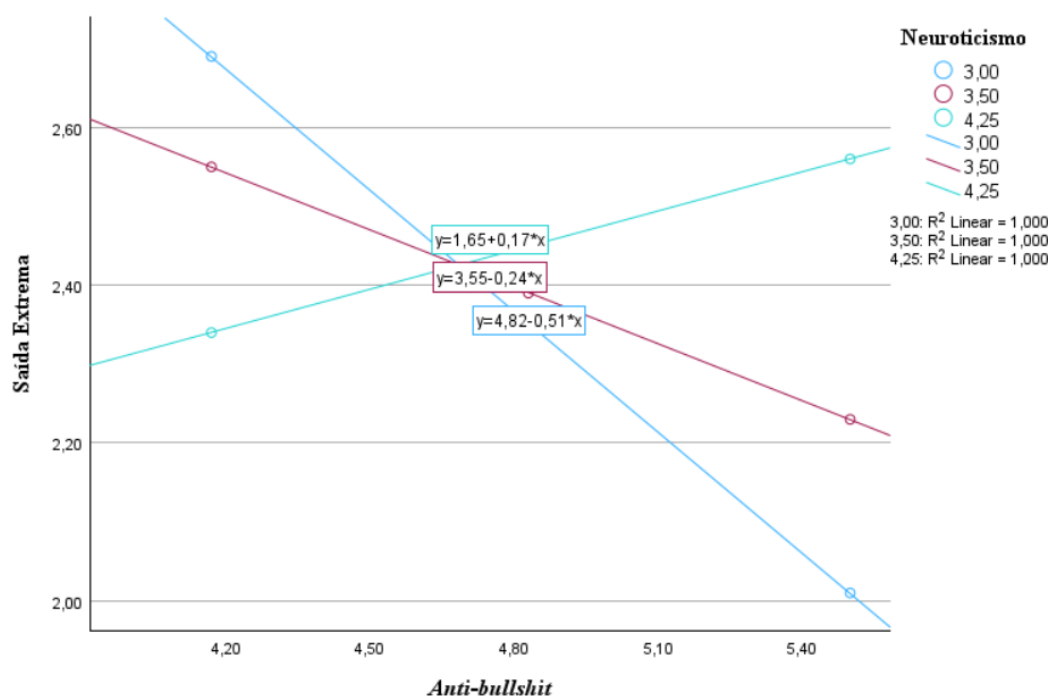


Tabela 34:*Efeito moderador do Neuroticismo na relação entre o Anti-bullshit e a Saída Extrema*

Variável de Resultado: Saída Extrema (variável dependente)							
	Coeff. (B)	SE	p	BootLLCI	BootULCI	R²	R² Modificado
Resumo do Modelo	---	1,90	0,00	---	---	0,04	---
Anti-bullshit	-2,11	0,62	0,00	-3,35	-0,88	---	---
Neuroticismo	-2,51	0,83	0,00	-4,15	-0,88	---	---
Interação (X*W)	0,54	0,17	0,00	-4,15	0,20	---	0,03

Nota X=Saída Extrema, W=Neuroticismo

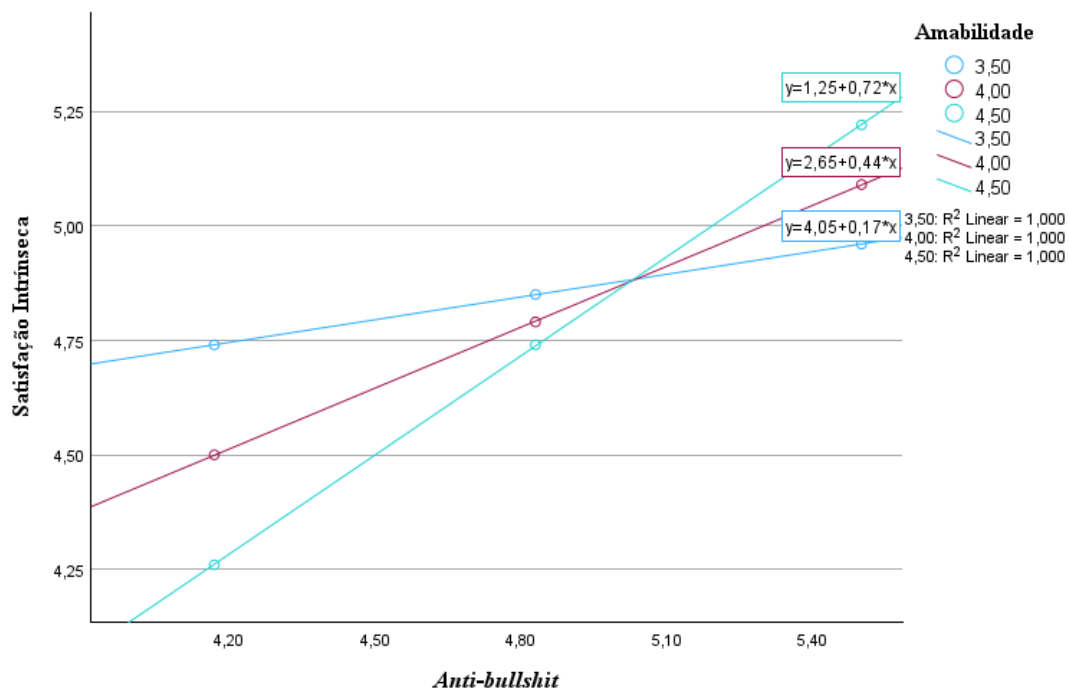
H2.1.1.: Amabilidade tem um efeito moderador na relação entre o Anti-bullshit e a Satisfação Intrínseca.

De acordo os resultados apresentados na Tabela 35, verificou-se um efeito moderador estatisticamente significativo da “amabilidade” na relação entre o “anti-bullshit” e a “satisfação intrínseca” ($\beta=0,56$; $p=0,01$). Sendo que a inclusão do termo de interação contribui com um acréscimo de 2% na variância explicada (R^2 modificado = 0,02), evidenciando a relevância da “amabilidade” como variável moderadora no modelo proposto.

A análise dos efeitos simples, conforme ilustrado na Figura 3, indicou que indivíduos com baixos níveis de “amabilidade”, em ambientes de elevado “anti-bullshit” e “satisfação intrínseca” aumenta, esta relação demonstra ser fraca, ainda que positiva ($\gamma = 4,05$, $\beta=0,17$). Para níveis moderados de “amabilidade”, a força da relação torna-se mais acentuada ($\gamma=2,65$; $\beta=0,44$), verificando-se uma intensificação do efeito positivo do “anti-bullshit” sobre a “satisfação intrínseca”. Por fim, nos indivíduos com níveis elevados de “amabilidade”, esta associação apresenta-se ainda mais robusta ($\gamma=1,25$; $\beta=0,75$). Estes dados confirmam a hipótese H2.1.1., indicando que indivíduos mais amáveis apresentam maior satisfação intrínseca em ambientes de anti-bullshit.

Figura 3:

Representação gráfica da moderação da Amabilidade para a relação entre o Anti-bullshit e Satisfação Intrínseca

**Tabela 35:**

Efeito moderador da Amabilidade na relação entre o Anti-bullshit e a Satisfação Intrínseca

Variável de Resultado: Satisfação Intrínseca (variável dependente)

	Coeff. (B)	SE	p	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	---	1,72	0,00	---	---	0,08	---
Anti-bullshit	-1,78	0,91	0,05	-3,57	0,01	---	---
Amabilidade	-2,80	1,09	0,01	-4,94	-0,66	---	---
Interação (X*W)	0,56	0,22	0,01	0,12	0,99	---	0,02

Nota X=Satisfação Intrínseca W=Amabilidade

H2.2.1.: A Amabilidade tem um efeito moderador na relação entre o Anti-bullshit e a Satisfação Extrínseca.

A avaliação estatística, detalhada na Tabela 36, revelou um efeito moderador estatisticamente significativo da “amabilidade” na relação entre o “anti-bullshit” e “satisfação extrínseca” ($\beta=0,41$; $p=0,03$). E uma inclusão do termo de interação no modelo resultou num aumento de 1% na variância explicada (R^2 modificado = 0,01), demonstrando uma contribuição adicional, ainda que modesta, da

amabilidade como variável moderadora na explicação da “satisfação extrínseca”.

A Figura 4 ilustra graficamente esta interação, reforçando que, indivíduos com níveis elevados de “amabilidade”, em ambientes de elevados níveis de “anti-bullshit” e a “satisfação extrínseca” também aumento, uma relação positiva, porém fraca ($y = 4,05$; $\beta = 0,14$). Para níveis moderados de “amabilidade”, esta relação torna-se mais expressiva ($y = 3,15$; $\beta = 0,35$), enquanto em níveis baixos de “amabilidade” o efeito é mais forte ($y = 2,19$; $\beta = 0,56$). Estes resultados sugerem que pessoas com maior “amabilidade” tendem a experienciar níveis mais elevados de “satisfação extrínseca” em contextos caracterizados por atitudes “anti-bullshit”.

Figura 4:

Representação gráfica da moderação da Amabilidade para a relação entre o Anti-bullshit a Satisfação Extrínseca

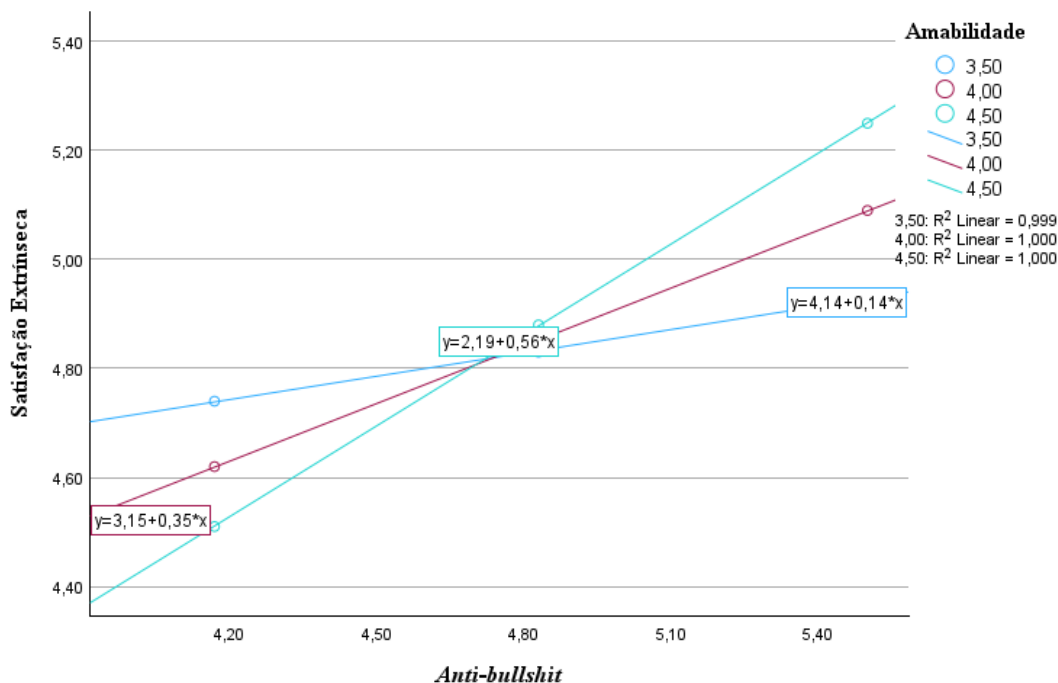


Tabela 36:

Efeito moderador da Amabilidade na relação entre o Anti-bullshit e a Satisfação Extrínseca

Variável de Resultado: Satisfação Extrínseca							
	Coeff. (B)	SE	p	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo		1,26	0,00	---	---	0,07	---
Anti-bullshit	-1,28	0,78	0,10	-2,82	0,25	---	---
Amabilidade	-1,93	0,93	0,04	-3,76	-0,09	---	---
Interação (X*W)	0,41	0,19	0,03	0,03	0,78	---	0,01

Nota X=Satisfação Extrínseca, W=Amabilidade

H2.2.2.: A Extroversão tem um efeito moderador na relação entre o Anti-*bullshit* e a Satisfação Extrínseca.

Os dados apresentados na Tabela 37, apresentam um efeito moderador estatisticamente significativo da “extroversão” na relação entre o “anti-*bullshit*” e “satisfação extrínseca” ($\beta = -0,24$, $p = 0,05$) e uma inclusão do termo de interação num acréscimo de 1% na variância explicada da “satisfação extrínseca” (R^2 modificado = 0,01), o que demonstra uma contribuição adicional e estatisticamente relevante, ainda que de magnitude reduzida.

A Figura 5 ilustra a moderação, destacando variações nos efeitos simples em diferentes níveis de “extroversão”. Para indivíduos com baixos níveis de “extroversão” a relação entre “anti-*bullshit*” e “satisfação extrínseca” é forte, positiva e moderada ($\gamma=1,86$; $\beta=0,62$). Em níveis moderados de “extroversão” esta relação mantém-se positiva e expressiva ($\gamma=2,35$; $\beta=0,52$), indicando um efeito mais expressivo. Enquanto, em níveis elevados de “extroversão” o efeito foi considerado reduzido ($\gamma=4,04$; $\beta=0,20$). Estes resultados, sugerem que o impacto positivo do “anti-*bullshit*” sobre a “satisfação extrínseca” é mais acentuado entre indivíduos com menores níveis de “extroversão”. Em contrapartida, indivíduos altamente extrovertidos parecem experienciar níveis de “satisfação extrínseca” mais estáveis, independentemente do grau de “anti-*bullshit*” presente no ambiente.

Figura 5:

Representação gráfica da moderação do Extroversão para a relação entre o Anti-bullshit Satisfação Extrínseca

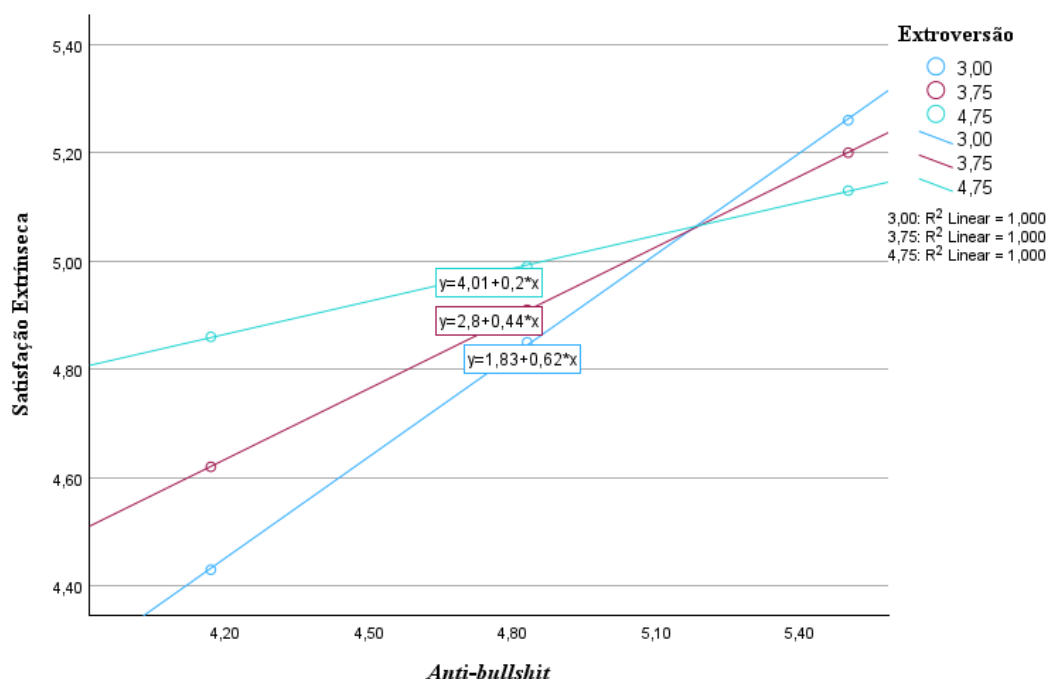


Tabela 37:*Efeito moderador da Neuroticismo na relação entre o Anti-bullshit e a Satisfação Extrínseca*

Variável de Resultado: Satisfação Extrínseca							
	Coeff. (B)	SE	p	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	---	2,45	0,44	---	---	0,07	---
Anti-bullshit	1,34	0,52	0,01	0,33	2,36	---	---
Extroversão	1,25	0,60	0,04	0,07	2,43	---	---
Interação (X*W)	-0,24	0,12	0,05	-0,48	0,00	---	0,01

Nota X=Satisfação Extrínseca, W=Neuroticismo

VI. DISCUSSÃO DE RESULTADOS

O presente estudo teve como objetivo principal analisar o impacto do *bullshit* organizacional na satisfação laboral e na intenção de saída, considerando, ainda, o papel moderador dos traços de personalidade dos colaboradores. Partindo da premissa de que o anti-*bullshit* — ou seja, a percepção de uma comunicação transparente e honesta por parte da organização — está associado a melhores resultados individuais, procurou-se compreender de que modo a personalidade influencia esta relação. Foram formuladas hipóteses específicas para os cinco grandes traços de personalidade, antecipando efeitos moderadores distintos.

No âmbito da Psicologia das Organizações, os resultados obtidos contribuem para aprofundar a compreensão acerca do impacto do clima ético e da cultura comunicacional no bem-estar dos trabalhadores. A literatura aponta que ambientes organizacionais caracterizados por incoerência, ambiguidade ou hipocrisia comunicacional fomentam desconfiança, cinismo e rotatividade (Judge et al., 2013). Por outro lado, práticas comunicacionais alinhadas com os valores declarados pela organização promovem envolvimento, satisfação e retenção de talento (Ferrin et al., 2008; Simons, 2002). Este estudo avança ao demonstrar que tais benefícios não são experienciados de forma homogênea por todos os colaboradores, sendo mediados por características individuais.

A análise das variáveis sociodemográficas, em particular o género e o cargo de chefia, revelou resultados alinhados com evidências prévias da literatura, embora com impacto pontual nas diversas dimensões analisadas. Observou-se que os homens apresentam níveis mais elevados de extroversão, maior satisfação intrínseca e um espírito crítico mais acentuado face à liderança e à comunicação organizacional. Por sua vez, as mulheres manifestam índices superiores de neuroticismo. Estes padrões corroboram os estudos de Costa e McCrae (1992) e Judge et al. (2002), que destacam diferenças significativas nos traços de personalidade entre géneros. A maior extroversão masculina pode facilitar a interação e o envolvimento no contexto organizacional, impulsionando a satisfação intrínseca. Em contrapartida, o neuroticismo mais pronunciado nas mulheres tende a intensificar a percepção de incoerências comunicacionais, aumentando a sensibilidade face ao fenómeno do *bullshit* organizacional e a consequente insatisfação.

No que respeita ao cargo de chefia, os dados indicam que os colaboradores em posições hierárquicas superiores demonstram uma percepção mais crítica do *bullshit* organizacional, associada a níveis elevados de extroversão, menor neuroticismo e maior satisfação intrínseca no trabalho. Tal configuração sugere que a liderança está correlacionada com maior autoconfiança e envolvimento organizacional, possivelmente devido à identificação reforçada com a organização e à capacidade de influenciar diretamente as práticas e o discurso internos. A diminuição do neuroticismo entre gestores pode conferir-lhes uma resiliência acrescida perante os desafios comunicacionais, minimizando reações negativas como insegurança ou descontentamento.

Assim, embora o impacto das variáveis sociodemográficas não seja uniforme em todas as dimensões analisadas, torna-se evidente a sua relevância para compreender as diferentes percepções e respostas face aos fenómenos organizacionais. Reconhecer essas diferenças é essencial para a formulação de estratégias de gestão e comunicação interna que se ajustem às características específicas dos colaboradores, contribuindo para a atenuação dos efeitos adversos do *bullshit* organizacional e para a promoção de um ambiente laboral mais saudável, motivador e capaz de reter talentos, fortalecendo o compromisso organizacional.

No total, foram formuladas e testadas 60 sub-hipóteses, com o intuito de explorar em profundidade as relações entre a percepção de autenticidade comunicacional (*anti-bullshit*), os traços de personalidade e as principais consequências organizacionais — nomeadamente a satisfação no trabalho (intrínseca e extrínseca) e a intenção de saída extrema. Todavia, apenas quatro sub-hipóteses obtiveram confirmação estatisticamente significativa, todas relacionadas com o papel moderador dos traços de personalidade. Apesar do número limitado, estes resultados oferecem contributos relevantes para a compreensão das diferenças individuais na interpretação e reação ao contexto comunicacional da organização, contribuindo para o avanço do conhecimento em Psicologia Organizacional.

A hipótese H1.1.3, que propunha que o neuroticismo moderaria a relação entre *anti-bullshit* e intenção de saída extrema, foi empiricamente confirmada. Os dados indicaram que colaboradores com elevados níveis deste traço — tradicionalmente associado à instabilidade emocional, ansiedade e sensibilidade ao stress — tendem a manifestar maior intenção de abandonar a organização, mesmo quando percebem a comunicação interna como autêntica e coerente. Esta evidência sugere que, para estes indivíduos, a transparência comunicacional não basta para neutralizar os efeitos das

predisposições emocionais negativas, alinhando-se com os resultados de Costa e McCrae (1992), que identificaram o neuroticismo como fator de risco para o ajustamento ao contexto laboral. De igual modo, Judge, Heller e Mount (2002) reforçaram que este traço influencia negativamente a percepção dos contextos organizacionais, elevando a probabilidade de insatisfação e intenção de saída. Em contrapartida, colaboradores com baixos ou moderados níveis de neuroticismo beneficiaram significativamente de ambientes caracterizados pela autenticidade comunicacional, evidenciando menores índices de intenção de saída extrema. Este efeito protetor da comunicação autêntica, quando associado à estabilidade emocional, reforça a importância de práticas organizacionais transparentes para a redução da rotatividade, conforme salientado por Griffeth, Hom e Gaertner (2000).

A hipótese H2.1.1 também foi confirmada, evidenciando que a amabilidade atua como moderador na relação entre anti-*bullshit* e satisfação intrínseca. Colaboradores com níveis elevados deste traço — associado à empatia, cooperação e preocupação com o bem-estar alheio (McCrae & Costa, 1999) — demonstraram maior satisfação intrínseca em contextos onde a comunicação era percebida como honesta, coerente e alinhada com os valores organizacionais. Estes resultados sugerem que a congruência ética e comunicacional é particularmente valorizada por indivíduos com elevada amabilidade, reforçando o sentido de pertença e propósito no exercício das suas funções. Esta evidência está em consonância com as conclusões de Judge et al. (2002), que defendem que traços interpessoais positivos promovem uma interpretação construtiva do ambiente laboral e maior envolvimento afetivo. Quando a integridade comunicacional é percebida, estes colaboradores tendem a sentir-se emocionalmente realizados, refletindo-se num aumento da motivação e satisfação intrínseca.

No que diz respeito à hipótese H2.2.1, que previa um efeito moderador da amabilidade na relação entre anti-*bullshit* e satisfação extrínseca, os resultados revelaram um padrão mais complexo. Inesperadamente, a relação mais forte entre autenticidade comunicacional e satisfação extrínseca ocorreu entre colaboradores com baixos níveis de amabilidade. Este resultado sugere que, para indivíduos menos orientados para a empatia e relações interpessoais, a percepção de coerência e justiça comunicacional constitui uma fonte importante de validação externa e motivação. Em ambientes organizacionais autênticos, estes colaboradores parecem depender mais de fatores externos, como reconhecimento formal e recompensas, para desenvolver sentimentos de satisfação. Por outro lado, para colaboradores com níveis moderados ou elevados de amabilidade, a influência da autenticidade

comunicacional manteve-se positiva, mas menos pronunciada, indicando que estes podem encontrar satisfação noutras dimensões do trabalho, como as relações interpessoais ou a identificação com os valores da organização (McCrae & Costa, 1999).

Por fim, a hipótese H2.2.2, relativa ao efeito moderador da extroversão na relação entre anti-*bullshit* e satisfação extrínseca, foi igualmente confirmada. Colaboradores com baixos níveis de extroversão — caracterizados por menor assertividade, reduzida necessidade de interação social e tendência para a introspeção — apresentaram uma relação mais forte entre a perceção de autenticidade comunicacional e satisfação extrínseca. Este padrão indica que, para estes indivíduos, práticas comunicacionais coerentes e fiáveis assumem especial relevância, dado o acesso mais limitado a formas informais de validação social. Num contexto organizacional transparente, sentem-se mais seguros e valorizados, o que potencia a satisfação associada a recompensas externas. Em contraste, colaboradores com níveis elevados de extroversão mantiveram níveis relativamente estáveis de satisfação extrínseca, independentemente da perceção da autenticidade comunicacional. Esta constatação pode ser explicada pela maior resiliência emocional e capacidade de envolvimento destes indivíduos, que tendem a obter reconhecimento através de canais informais e interações sociais espontâneas (Costa & McCrae, 1992; Judge et al., 2002), mostrando-se menos dependentes das estruturas comunicacionais formais da organização.

Em síntese, os resultados deste estudo reforçam a importância do contexto comunicacional autêntico nas organizações, evidenciando que a perceção de transparência e coerência comunicacional (anti-*bullshit*) está associada a melhores níveis de satisfação laboral e a menores intenções de saída, ainda que esses efeitos sejam significativamente modulados pelos traços de personalidade dos colaboradores. A confirmação de quatro hipóteses específicas aponta para um cenário complexo, no qual características individuais — como neuroticismo, amabilidade e extroversão — influenciam a forma como os colaboradores experienciam e reagem ao ambiente comunicacional da organização.

Especificamente, o neuroticismo destacou-se como fator de vulnerabilidade, pois colaboradores com altos níveis deste traço manifestam maior intenção de saída, mesmo em contextos de comunicação autêntica, sugerindo que a estabilidade emocional é um componente essencial para o aproveitamento pleno dos benefícios comunicacionais. Por outro lado, traços como a amabilidade e

a extroversão apresentaram papéis diferenciados na modulação da satisfação intrínseca e extrínseca, indicando que a dimensão interpessoal e o estilo de interação social moldam a percepção do ambiente organizacional e a motivação no trabalho.

Além disso, as variáveis sociodemográficas, embora de impacto pontual, revelaram padrões consistentes com a literatura, destacando a necessidade de uma abordagem diferenciada na gestão e comunicação interna, capaz de reconhecer e respeitar as particularidades de gênero e posição hierárquica. Assim, a integração dos traços de personalidade e das características sociodemográficas na análise do *bullshit* organizacional contribui para um entendimento mais aprofundado das dinâmicas internas das organizações.

Em suma, os achados deste estudo enfatizam que práticas comunicacionais autênticas são fundamentais para promover o bem-estar e a retenção dos colaboradores, mas que tais práticas devem ser adaptadas às especificidades individuais para maximizar o seu impacto. Essa visão orienta futuros esforços de investigação e intervenção, estimulando o desenvolvimento de estratégias organizacionais personalizadas que considerem as diferenças intrínsecas dos colaboradores, promovendo ambientes de trabalho mais éticos, transparentes e inclusivos.

Em conclusão, a presente investigação, combinados com a revisão da literatura, reforçam a importância de práticas comunicacionais autênticas e transparentes, mostrando que, para as organizações, a compreensão das diferenças individuais — tanto em termos de personalidade como de características sociodemográficas — é essencial para a criação de ambientes de trabalho mais saudáveis, motivadores e capazes de reter talentos. Isso significa que as organizações devem investir em estratégias de comunicação interna que não só promovam a autenticidade, mas também sejam adaptadas às necessidades específicas dos colaboradores, potenciando assim o compromisso organizacional e o bem-estar no trabalho.

6.1. Limitações e Estudos Futuros

Apesar dos contributos significativos deste estudo oferece para a compreensão do papel dos traços de personalidade na moderação dos efeitos do *bullshit* organizacional sobre a satisfação laboral e intenção de saída, é fundamental reconhecer um conjunto de limitações que condicionam a generalização e interpretação dos resultados.

Em primeiro lugar, a investigação baseou-se numa amostra não probabilística, composta por trabalhadores portugueses de diversos setores de atividade. Embora esta heterogeneidade permita uma abordagem abrangente das dinâmicas organizacionais, a ausência de um critério de seleção aleatório limita a representatividade dos resultados face à totalidade da população ativa portuguesa. Futuros estudos poderão beneficiar da utilização de métodos de amostragens probabilísticas, que permitam uma distribuição mais equilibrada de variáveis como o setor de atividade, a dimensão organizacional, antiguidade e características sociodemográficas dos colaboradores, aumentando assim a validade externa e a robustez dos resultados.

Em segundo lugar, a recolha de dados foi realizada exclusivamente através de instrumentos de autorrelato, o que poderá induzir enviesamentos como o viés de desejabilidade social ou a consistência interna das respostas, bem como subjetividades inerentes à perceção individual. Investigações futuras deverão considerar metodologias complementares, integrando, por exemplo, avaliações de supervisores, *feedback* de colegas ou medidas observacionais, de forma a promover uma triangulação metodológica que permita validar e enriquecer as conclusões.

No que respeita à fiabilidade interna das escalas utilizadas, algumas dimensões apresentaram valores de alfa de *Cronbach* abaixo dos critérios recomendados, o que constitui uma limitação a considerar (Marôco & Garcia-Marques, 2006). Em particular, a dimensão “anti-*bullshit*” revelou uma consistência interna fraca ($\alpha = 0,32$), comprometendo a robustez dos resultados associados. Embora a dimensão “chefe *bullshitter*” ($\alpha = 0,65$) e a subescala “retenção moderada” ($\alpha = 0,65$) se situem abaixo do limiar de aceitabilidade, aproximam-se do valor mínimo recomendado. Estas limitações podem ter condicionado a fiabilidade de algumas análises e devem ser tidas em conta na interpretação dos dados.

Adicionalmente, apesar da diversidade da amostra em termos de setores profissionais e características demográficas, a sua obtenção por amostragem não probabilística condiciona a extrapolação dos resultados para outras realidades organizacionais. Pesquisas subsequentes poderão ampliar o âmbito do estudo, aplicando o modelo em diferentes contextos culturais, setores de

atividade e tamanhos organizacionais, bem como envolvendo amostras mais representativas e variadas. Esta diversificação contribuirá para uma melhor compreensão das possíveis variações contextuais e culturais nos efeitos observados.

Outro aspeto a considerar prende-se com a abordagem teórica dotada, centrada exclusivamente nos traços de personalidade do modelo Cinco Grandes Fatores. Embora este modelo seja amplamente reconhecido, outros constructos de personalidade, nomeadamente os traços sombrios (como o narcisismo, maquiavelismo e psicopatia), poderão oferecer contributos relevantes na explicação das diferenças individuais face ao *bullshit* organizacional. Assim, propõe-se que futuras investigações integrem estas variáveis para uma compreensão mais aprofundada dos mecanismos psicológicos em causa.

Adicionalmente, sugere-se a inclusão de variáveis contextuais, como o clima organizacional, os estilos de liderança, o suporte social e outras dimensões da cultura organizacional, que poderão moderar ou mediar os efeitos observados. A incorporação destes fatores permitirá uma análise mais holística e contextualizada.

Por fim, recomenda-se o alargamento do foco de análise para além da satisfação laboral e intenção de saída, explorando outras variáveis relevantes, como o bem-estar psicológico, o desempenho, os comportamentos de conduta organizacional ou o *burnout*. Esta ampliação do âmbito contribuirá para uma visão mais completa das implicações do *bullshit* organizacional, bem como para o desenvolvimento de práticas de gestão mais eficazes e ajustadas à realidade organizacional contemporânea.

6.2. Implicações Práticas

Os resultados desta investigação sublinham a importância de considerar os traços de personalidade como um fator moderador nas dinâmicas entre o *bullshit* organizacional e variáveis fundamentais como a satisfação laboral e a intenção de saída. A comunicação organizacional marcada pela falta de autenticidade, coerência e transparência deteriora o clima psicológico dos trabalhadores, promovendo sentimentos de desmotivação e desconfiança que, consequentemente, potenciam níveis elevados de rotatividade (Frankfurt, 2005; Arjoon, 2006). Estas dinâmicas acarretam custos significativos para as organizações, afetando a produtividade, a coesão interna e a reputação institucional (Pfeffer, 2015).

Contudo, os impactos do *bullshit* organizacional não são homogêneos e dependem das características individuais dos colaboradores. Em particular, os resultados mostram que o traço de neuroticismo modera a relação entre comunicação autêntica (*anti-bullshit*) e intenção de saída. Indivíduos com níveis elevados de neuroticismo tendem a manifestar maior sensibilidade emocional e, mesmo em contextos de comunicação clara, podem sentir-se sobrecarregados ou desconfortáveis com interações emocionalmente exigentes, aumentando a sua intenção de abandonar a organização (Judge, Heller, & Mount, 2002). Por outro lado, a amabilidade e a extroversão estão associados a uma maior satisfação laboral em ambientes comunicacionais transparentes, potenciando respostas mais positivas a contextos de autenticidade (Graziano & Eisenberg, 1997; Watson et al., 1992).

Estas conclusões reforçam a importância de adaptar as práticas comunicacionais às necessidades emocionais e interpessoais dos diferentes perfis de personalidade, com o objetivo de evitar impactos negativos e maximizar o envolvimento, o compromisso e o bem-estar dos colaboradores. As estratégias de comunicação organizacional devem, por isso, ser sensíveis às diferenças individuais, promovendo um equilíbrio entre clareza, empatia e suporte emocional.

Neste sentido, a construção e manutenção de uma cultura organizacional baseada na autenticidade e na integridade comunicacional assume um papel estratégico na gestão eficaz de pessoas (Simons, 2002). Organizações que investem em práticas comunicacionais claras e consistentes promovem não só o bem-estar dos seus colaboradores, como também, reduzem os custos associados à rotatividade, ao absentismo e à falta de envolvimento (Grover, 2014). Contudo, esta abordagem deve ser complementada com estilos de liderança e políticas de gestão que reconheçam a diversidade dos traços de personalidade, integrando abordagens diferenciadas que favoreçam a inclusão e o apoio personalizado (Mount et al., 1998).

Do ponto de vista prático, várias dimensões devem ser operacionalizadas para mitigar os efeitos do *bullshit* organizacional e promover uma cultura comunicacional mais ética e eficaz:

Emissor (*Bullshitter*)

Para minimizar comportamentos comunicacionais desprovidos de autenticidade, recomenda-se a implementação de programas de formação em comunicação ética, com foco na responsabilidade discursiva e na valorização da veracidade, especialmente ao nível da liderança. Paralelamente, a adoção de sistemas de *feedback* 360° permite avaliar a clareza e o impacto das mensagens transmitidas por líderes e gestores. A criação de códigos de conduta comunicacional constitui igualmente uma medida fundamental, estabelecendo normas explícitas quanto à linguagem admissível e desencorajar o uso de discursos vazios, exagerados e conteúdos politicamente decorativos. Finalmente, é recomendável que os processos de avaliação de desempenho integrem indicadores que reflitam a autenticidade e eficácia da comunicação.

Linguagem de *Bullshit*

A promoção de uma cultura comunicacional clara e significativa deve assentar na realização regular de auditorias comunicacionais que avaliem se os conteúdos internos são compreensíveis, relevantes e coerentes com a prática organizacional. Para tal, importa desincentivar o uso de linguagem excessivamente técnica ou ambígua, promovendo antes uma comunicação concreta e com propósito. É igualmente relevante envolver diferentes perfis de colaboradores na definição da missão, visão e valores organizacionais, garantindo assim uma construção discursiva mais autêntica e partilhada. A monitorização contínua da perceção dos trabalhadores relativamente ao discurso institucional pode contribuir para aferir o seu impacto e autenticidade percebida.

Traços de Personalidade

Os resultados apontam para a necessidade de adaptar as estratégias comunicacionais à diversidade dos perfis de personalidade dos colaboradores. Indivíduos com elevado neuroticismo beneficiam de maior apoio emocional e clareza em contextos ambíguos; os conscienciosos valorizam a estrutura objetividade comunicacional; os extrovertidos reagem positivamente à comunicação interpessoal e colaborativa; os indivíduos com abertura à experiência preferem discursos inovadores e inspiradores; enquanto os mais amáveis demonstram maior receptividade a mensagens com uma componente relacional acentuada. Neste sentido, é recomendável que os processos de recrutamento e integração incluam a avaliação da compatibilidade entre os traços de personalidade e a cultura comunicacional

da organização. Adicionalmente, o recurso a práticas de *coaching* ou *mentoring* individualizado e a formação de líderes para a adaptação do estilo comunicacional às características da equipa constituem medidas promotoras de bem-estar e alinhamento interno.

Estratégia Integrada: Combate Sistémico ao *Bullshit* Organizacional

De uma perspetiva global, recomenda-se a implementação de uma abordagem estratégica integrada, com vista à redução da prevalência de práticas de *bullshit* organizacional. Tal implica garantir a congruência entre o discurso e a prática organizacional, evitando fenómenos de hipocrisia institucional. A autenticidade deve ser afirmada como um valor central, com tradução concreta nas políticas, práticas e decisões da organização. É igualmente fundamental criar espaços seguros de comunicação, nos quais os colaboradores se sintam legitimados a expressar dúvidas ou desconfortos perante mensagens pouco claras ou inconsistentes. A aplicação de inquéritos internos periódicos sobre a perceção de *bullshit* pode fornecer dados relevantes para a monitorização e ajustamento das estratégias comunicacionais.

Adicionalmente, os efeitos moderadores da personalidade identificados neste estudo oferecem fundamentos sólidos para o desenvolvimento de programas de formação centrados em competências sociodemográficas, como a resiliência, a empatia e a assertividades (Krasikova et al., 2013). Estas competências são essenciais para lidar com contextos comunicacionais ambíguos ou exigentes, mitigando os efeitos negativos da comunicação desprovida de autenticidade e promovendo a saúde organizacional.

Em síntese, os dados obtidos nesta investigação sugerem que a mitigação dos efeitos disfuncionais do *bullshit* organizacional requer uma abordagem integrada que combine: políticas de comunicação ética; sensibilização dos líderes para a autenticidade discursiva; estratégias de gestão ajustadas aos perfis individuais; e mecanismos institucionais que assegurem a coerência entre valores, discurso e prática. Esta abordagem revela-se essencial para a promoção de ambientes de trabalho saudáveis, eticamente orientados e sustentáveis do ponto de vista relacional e organizacional.

VII. CONCLUSÃO

Esta investigação centrou-se fundamentalmente na análise da influência dos traços de personalidade na relação entre o *bullshit* organizacional e variáveis fundamentais da experiência laboral, nomeadamente a satisfação no trabalho – nas suas dimensões intrínseca e extrínseca – e a intenção de saída dos colaboradores. Procurou-se, assim, compreender de que forma a comunicação organizacional, quando autêntica e transparente, afeta estas dimensões, considerando as diferenças individuais dos trabalhadores.

Os resultados evidenciam que a comunicação transparente e autêntica – anti-*bullshit* – exerce um impacto positivo na satisfação dos trabalhadores, tanto em termos intrínsecos como extrínsecos, e contribui para a redução da intenção de abandono da organização. Este efeito, contudo, revela-se condicionado pelas características pessoais, em especial os traços de neuroticismo, a amabilidade e a extroversão, o que reforça a complexidade das dinâmicas psicológicas envolvidas e a necessidade de práticas de gestão que considerem a diversidade dos perfis individuais.

O contributo deste estudo reside é significativo ao integrar, de forma inovadora, modelos clássicos de personalidade no contexto emergente do *bullshit* organizacional, ampliando o entendimento das interações entre características individuais e práticas comunicacionais nas organizações. Esta abordagem contribui para o desenvolvimento de teorias mais abrangentes e nuançadas sobre o impacto da autenticidade na comunicação institucional, destacando o papel moderador dos traços de personalidade na experiência laboral. Metodologicamente, apesar das limitações associadas ao desenho e às medidas de autorrelato, a investigação acrescenta valor ao debate académico e oferece implicações práticas relevantes para a promoção de ambientes de trabalho mais transparentes, éticos e humanizados.

Em última análise, este estudo sublinha a importância de cultivar culturas organizacionais que valorizam a autenticidade e o respeito pela individualidade dos colaboradores, convidando a uma reflexão contínua sobre os impactos das práticas comunicacionais no bem-estar laboral e na sustentabilidade das organizações.

VIII. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Allport, F. (1937). Toward a Science of Public Opinion. *Public Opinion Quarterly*, 1 (1), 7–23.
- American Psychological Association (2012). *Manual de Publicação da APA* (6ª ed.). Porto Alegre: Penso.
- American Psychological Association (APA). (2023). How to improve job satisfaction in modern workplaces. APA Monitor. <https://www.apa.org>
- Argyris, C. (1990). Overcoming organizational defenses. Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Arjoon, S. (2006). Striking a balance between rules and principles-based approaches for effective governance: A risks-based approach. *Journal of Business Ethics*, 68(1), 53–82. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9043-2>
- Arnold, K. A., Turner, N., Barling, J., Kelloway, E. K., & McKee, M. C. (2007). Transformational leadership and psychological well-being: The mediating role of meaningful work. *Journal of Occupational Health Psychology*, 12(3), 193–203.
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2007). The job demands-resources model: State of the art. *Journal of Managerial Psychology*, 22(3), 309–328. <https://doi.org/10.1108/02683940710733115>
- Baptista, J.-P., Gradim, A., & Loureiro, M. (2021). *Fact-checking em Portugal: práticas, percepções e desafios*. Revista Lusófona de Estudos Culturais, 8(2), 45–68. <https://doi.org/10.21814/rlec.3456>
- Baptista, J.-P., & Gradim, A. (2020). Online disinformation on Facebook: The spread of fake news during the Portuguese 2019 election. *Journal of Contemporary European Studies*, 28(3), 345–358. <https://doi.org/10.1080/14782804.2020.1827635>
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182.
- Baron, R. A., & Greenberg, J. (2008). *Behavior in organizations* (9th ed.). Pearson Prentice Hall.

- Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1991). The Big Five personality dimensions and job performance: A meta-analysis. *Personnel Psychology*, 44(1), 1–26.
<https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1991.tb00688.x>
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1994). *Improving organizational effectiveness through transformational leadership*. SAGE Publications.
- Bergner, R. (2020). What is personality? Two myths and a definition. *New Ideas in Psychology*, 57, Article 100759. <https://doi.org/10.1016/j.newideapsych.2019.100759>
- Bozeman, D. P., & Perrewé, P. L. (2001). The effect of item content overlap on organizational commitment questionnaire–turnover cognitions relationships. *Journal of Applied Psychology*, 86(1), 161–173. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.1.161>
- Byrne, B. M. (2016). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming* (3rd ed.). Routledge.
- Carver, C., & Scheier, M. (2014). *Perspectives on personality*. Pearson.
- Cardoso, Gustavo; MEDIALAB ISCTE-IUL. *Legislativas 2024 – Amplificação do discurso político online e desinformação*. Lisboa: ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa, 2024. Disponível em: [<https://iberifier.eu/2024/11/13/desinformacao-nas-eleicoes-legislativas-anuncios-pagos-com-desinformacao-atingem-ps-e-psd/>]. Acesso em: 10 jun. 2025.
- Christensen, L. T., Kärreman, D., & Rasche, A. (2019). Bullshit and organization. *Journal of Management Studies*, 56(1), 5–18. <https://doi.org/10.1111/joms.12345>
- Cohen, G.A. (2006). Deeper into bullshit. In G.L. Hardcastle & G.A. Reisch. (Eds.) *Bullshit and philosophy* (pp. 117-135). Chicago/La Salle, IL: Open Court.
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1985). The NEO personality inventory manual. *Psychological Assessment Resources*.
- Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1992). Normal personality assessment in clinical practice: The NEO Personality Inventory. *Psychological Assessment*, 4(1), 5–13.
<https://doi.org/10.1037/1040-3590.4.1.5>
- Costa, P. T., Terracciano, A., & McCrae, R. R. (2001). Gender differences in personality traits

- across cultures: Robust and surprising findings. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(2), 322–331. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.81.2.322>
- DeSantis, V. S., & Durst, P. L. (1996). Retaining employees: The fast track to commitment and productivity. *Public Personnel Management*, 25(3), 347–356.
- Eisenberger, R., Stinglhamber, F., Vandenberghe, C., Sucharski, I. L., & Rhoades, L. (2002). *Perceived supervisor support: Contributions to perceived organizational support and employee retention. Journal of Applied Psychology*, 87(3), 565–573. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.3.565>
- Eysenck, H. J. (1952). *The scientific study of personality*. Routledge.
- Ferreira, J., Fernandes, R., Santos, E., & Peiró, J. (2010). Contributo para o estudo psicométrico da versão portuguesa do Cuestionario de Satisfacción Laboral S20/23. *Psychologica*, 2(52), 7-34.
- Ferreira, C., Hannah, D., McCarthy, I., Pitt, L., & Lord Ferguson, S. (2022). This place is full of it: Towards an organizational bullshit perception scale. *Psychological Reports*, 125(1), 448-463.
- Ferrin, D. L., Bligh, M. C., & Kohles, J. C. (2008). Can I trust you to trust me? A theory of trust, monitoring, and cooperation in interpersonal and intergroup relationships. *Group & Organization Management*, 33(3), 290–307. <https://doi.org/10.1177/1059601108318231>
- Frankfurt, H. G. (1986). *On Bullshit*. *Raritan Quarterly Review*, 6(2), 81–100.
- Frankfurt, H. G. (2005). *On Bullshit*. Princeton University Press.
- Frankfurt, H. (2016). Donald Trump is BS, Says Expert in BS. Available at: <http://time.com/4321036/donald-trump-bs/>
- Graziano, W. G., & Eisenberg, N. (1997). Agreeableness: A dimension of personality. In R. Hogan, J. A. Johnson, & S. R. Briggs (Eds.), *Handbook of personality psychology* (pp. 795–824). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-012134645-4/50031-2>
- Griffeth, R. W., Hom, P. W., & Gaertner, S. (2000). A meta-analysis of antecedents and correlates of employee turnover: Update, moderator tests, and research implications for the

- next millennium. *Journal of Management*, 26(3), 463–488. [https://doi.org/10.1016/S0149-2063\(00\)00043-X](https://doi.org/10.1016/S0149-2063(00)00043-X)
- Grover, S. L. (2014). Unraveling respect in organization studies. *Human Relations*, 67(1), 27–51. <https://doi.org/10.1177/0018726713484944>
- Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1976). Motivation through the design of work: Test of a theory. *Organizational Behavior and Human Performance*, 16(2), 250–279. [https://doi.org/10.1016/0030-5073\(76\)90016-7](https://doi.org/10.1016/0030-5073(76)90016-7)
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7^a ed.). Prentice Hall.
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach* (2nd ed.). Guilford Publications.
- Heavey, A. L., Holwerda, J. A., & Hausknecht, J. P. (2013). Causes and consequences of collective turnover: A meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, 98(3), 412–453. <https://doi.org/10.1037/a0032380>
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (1959). *The motivation to work*. John Wiley & Sons.
- Hirschman, A. O. (1970). *Exit, voice, and loyalty: Responses to decline in firms, organizations, and states* (Vol. 25). Harvard university press.
- Holtom, B. C., Lee, T. W., & Mitchell, T. R. (2008). Voluntary employee turnover and organizational performance: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 93(2), 335–342. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.93.2.335>
- Hoppock, R. (1935). *Job satisfaction*. Harper & Brothers.
- Judge, T. A., Thoresen, C. J., Bono, J. E., & Patton, G. K. (2001). The job satisfaction–job performance relationship: A qualitative and quantitative review. *Psychological Bulletin*, 127(3), 376–407. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.127.3.376>
- Judge, T. A., Heller, D., & Mount, M. K. (2002). Five-factor model of personality and job satisfaction: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87(3), 530–541.

<https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.3.530>

- Judge, T. A., Rodell, J. B., Klinger, R. L., Simon, L. S., & Crawford, E. R. (2013). Hierarchical representations of the five-factor model of personality in predicting job performance: Integrating three organizing frameworks with two theoretical perspectives. *Journal of Applied Psychology*, 98(6), 875–925. <https://doi.org/10.1037/a0033901>
- Kelly, M.R. (2014). Bullshit as the absence of truthfulness. *International Studies in Phenomenology and Philosophy* 2(2), 165–88.
- Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling* (4th ed.). Guilford Publications.
- Koslowsky, M. (1991). Organizational disengagement: A multidimensional reconceptualization and a new measure. *Journal of Vocational Behavior*, 39(2), 207–221.
- Krasikova, D. V., Green, S. G., & LeBreton, J. M. (2013). Destructive leadership: A theoretical review, integration, and future research agenda. *Journal of Management*, 39(5), 1308–1338. <https://doi.org/10.1177/0149206312471388>
- Kristof, A. L. (1996). Person-organization fit: An integrative review of its conceptualizations, measurement, and implications. *Personnel Psychology*, 49(1), 1-49. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1996.tb01790.x>
- Kristof-Brown, A. L., Zimmerman, R. D., & Johnson, E. C. (2005). Consequences of individuals' fit at work: A meta-analysis of person–job, person–organization, person–group, and person–supervisor fit. *Personnel Psychology*, 58(2), 281-342. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2005.00672.x>
- Littrell, S., Risko, E. F., & Fugelsang, J. A. (2021). The bullshitting frequency scale: Development and psychometric properties. *British Journal of Social Psychology*, 60(1), 248-270.
- Littrell, R. F., Petrocelli, J. V., & McCarthy, M. (2021). *The role of personality in bullshit communication: The impact of the Big Five*. *Journal of Organizational Behavior*, 42(1), 54-71. <https://doi.org/10.1002/job.2468~>
- Locke, E. A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. Em M. D. Dunnette (Org.),

- Handbook of industrial and organizational psychology* (pp. 125–143). Chicago: Rand McNally.
- Madrid, H. P., Patterson, M. G., Birdi, K. S., Leiva, P. I., & Kausel, E. E. (2020). The role of affect-regulation strategies in job attitudes: A multilevel analysis. *Journal of Organizational Behavior*, 41(6), 555-575. <https://doi.org/10.1002/job.2433>
- Marôco, J. (2018). *Análise estatística com o SPSS Statistics* (7.^a ed.). ReportNumber, Lda.
- Marôco, J., & Garcia-Marques, T. (2006). Qual a fiabilidade do alfa de Cronbach? Questões antigas e soluções modernas? *Laboratório de Psicologia*, 4(1), 65–90. <https://doi.org/10.14417/lp.763>
- Marôco, J. (2010). *Análise estatística com o SPSS Statistics* (3.^a ed.). ReportNumber.
- Marôco, J. (2014). *Análise de equações estruturais: Fundamentos teóricos, software e aplicações* (2.^a ed.). ReportNumber.
- Mayende, G., & Musenze, I. (2018). Leadership quality and employee turnover intentions: Evidence from Uganda. *International Journal of Human Resource Studies*, 8(1), 129–144.
- McCrae, R., & Costa, P. T. (2000). A five-factor theory of personality. In L. A. Pervin & O. P. John (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research* (2nd ed., pp. 139–153). Guilford Press.
- McCarthy, I. P., Hannah, D., Pitt, L. F., & McCarthy, J. M. (2020). Confronting indifference toward truth: Dealing with workplace bullshit. *Business Horizons*, 63(3), 253–263. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.01.004>
- Mobley, W. H. (1977). Intermediate linkages in the relationship between job satisfaction and employee turnover. *Journal of Applied Psychology*, 62(2), 237-240. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.62.2.237>
- Mobley, W. H., Horner, S. O., & Hollingsworth, A. T. (1978). An evaluation of precursors of hospital employee turnover. *Journal of Applied Psychology*, 63(4), 408-414.
- Mobley, W. H., Griffeth, R. W., Hand, H. H., & Meglino, B. M. (1979). Review and conceptual analysis of the employee turnover process. *Psychological Bulletin*, 86(3), 493-

522. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.86.3.493>

- Mount, M. K., Barrick, M. R., & Stewart, G. L. (1998). Five-factor model of personality and performance in jobs involving interpersonal interactions. *Human Performance*, 11(2–3), 145–165.
- Mowday, R. T., Steers, R. M., & Porter, L. W. (1984). The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14(2), 224–247.
- Ng, T. W. H., & Feldman, D. C. (2009). Age, work experience, and the psychological contract. *Journal of Organizational Behavior*, 30(8), 1053–1075. <https://doi.org/10.1002/job.599>
- Oxford English Dictionary. (s.d.). Bullshit. Em Oxford English Dictionary Online. Recuperado em 30 de maio de 2025, de [bullshit noun - Definition, pictures, pronunciation and usage notes | Oxford Advanced Learner's Dictionary at OxfordLearnersDictionaries.com](https://www.oed.com/entry/bullshit)
- Patrão, I., & Leal, I. (2004). O modelo dos cinco grandes factores da personalidade e a psicologia da saúde. *Análise Psicológica*, 22(1), 169–179. <https://doi.org/10.14417/ap.395>
- Pennycook, G., Cheyne, J. A., Barr, N., Koehler, D. J., & Fugelsang, J. A. (2015). On the reception and detection of pseudo-profound bullshit. *Judgment and Decision Making*, 10(6), 549–563.
- Petrocelli, J. V. (2018). Antecedents of bullshitting. *Journal of Experimental Social Psychology*, 76, 249–258. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2017.11.007>
- Pfeffer, J. (2015). *Leadership BS: Fixing workplaces and careers one truth at a time*. HarperBusiness.
- Rodrigues, R. I., & Gomes, C. (2022). Desenvolvimento e validação de uma versão portuguesa do Inventário de Personalidade Big Five. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación - e Avaliação Psicológica*, 2(63), 163–176. <https://doi.org/10.21865/RIDEP63.2.12>
- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 293–315. <https://doi.org/10.1002/job.248>

- Simons, T. (2002). Behavioral integrity: The perceived alignment between managers' words and deeds as a research focus. *Organization Science*, 13(1), 18–35.
<https://doi.org/10.1287/orsc.13.1.18.543>
- Spector, P. E. (1997). *Job satisfaction: Application, assessment, causes, and consequences*. SAGE Publications.
- Spicer, A. (2013). Shooting the shit: The role of bullshit in organizations. *Management Studies*, 50(1), 1–10. <https://doi.org/10.3917/mana.165.0653>
- Spicer, A. (2017). *Business bullshit*. London et al.: Routledge.
- Tett, R. P., & Meyer, J. P. (1993). Job satisfaction, organizational commitment, turnover intention, and turnover: Path analyses based on meta-analytic findings. *Personnel Psychology*, 46(2), 259-293. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1993.tb00874.x>
- Warr, P., Cook, J., & Wall, T. (1979). Scales for the measurement of some work attitudes and aspects of psychological well-being. *Journal of Occupational Psychology*, 52(2), 129–148.
<https://doi.org/10.1111/j.2044-8325.1979.tb00448.x>
- Watson, D., Clark, L. A., McIntyre, C. W. (1992). Positive and negative affectivity and psychological well-being. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 60(3), 414–419.
- Wilt, J., & Revelle, W. (2009). Extraversion. In M. R. Leary & R. H. Hoyle (Eds.), *Handbook of individual differences in social behavior* (pp. 27–45). New York, NY: Guilford Press.
- Wright, T. A., & Cropanzano, R. (2000). Psychological well-being and job satisfaction as predictors of job performance. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5(1), 84-94.
<https://doi.org/10.1037/1076-8998.5.1.84>

IX. ANEXOS

Anexo A – Questionário

Anexo A.1.: Consentimento Informado

Caro(a) Participante,

Encontro-me a realizar este questionário no âmbito da minha dissertação de Mestrado em Psicologia Social e das Organizações na Universidade Europeia. Visa conhecer a sua opinião acerca das suas atitudes e satisfação no trabalho.

Pode participar neste estudo se tiver 18 anos ou mais e se encontra a trabalhar.

Estima-se que o tempo total de resposta seja de cerca de 7 minutos e poderá abandonar o questionário a qualquer momento.

Este questionário destina-se exclusivamente a fins académicos. Os dados obtidos serão tratados de forma anónima e confidencial, respeitando o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados. Para garantir a confidencialidade, não escreva o seu nome no questionário.

A sua participação é voluntária e desejada, podendo desistir a qualquer momento sem qualquer prejuízo associado.

Agradeço o tempo disponibilizado a responder ao questionário e reforço a sua importância para o avanço da ciência e desenvolvimento de estudos na área da Psicologia Organizacional.

Em caso de dúvida, contacte: susanacoelho.psy@outlook.com

Obrigada pela sua colaboração.

Concorda em participar no estudo

Anexo A.2.: Escala de *Bullshit* Organizacional

De seguida serão apresentadas várias afirmações que descrevem situações referente à forma como interage e comunica dentro no seu local de trabalho.

Indique o grau de concondância com cada uma delas, utilizando a seguinte escala:

1 - Discordo Totalmente; 2 - Discordo; 3 - Discordo Parcialmente; 4 - Não concordo nem discordo;
5 - Concordo Parcialmente; 6 - Concordo; 7 - Concordo Totalmente.

Item 1 - Deve ser apresentada evidência para sustentar as decisões tomadas.

Item 2 - As pessoas frequentemente fazem afirmações que não conseguem sustentar.

Item 3 - É fácil ter acesso aos dados que necessito para tomar boas decisões.

Item 4 - Quando tomamos decisões colocamos mais ênfase em evidência do que em opiniões pessoais.

Item 5 - Podemos persuadir pessoas a fazer algo mesmo que a evidência não sustente os nossos argumentos.

Item 6 - As pessoas dedicam tempo a recolher e analisar dados antes de tomarem decisões.

Item 7 - Se queremos progredir basta insistir que tudo está a correr otimamente, mesmo que a evidência diga algo diferente.

Item 8 - A minha chefia diz o que for necessário para perseguir os seus objetivos.

Item 9 - Quando a minha chefia fala, geralmente fundamenta as suas opiniões com lógica.

Item 10 - A minha chefia frequentemente diz coisas que podem ou não ser verdade.

Item 11 - Mesmo quando as pessoas não sabem do que estão a falar, a minha chefia frequentemente concorda com as suas sugestões.

Item 12 - A minha chefia adora utilizar acrónimos.

Item 13 - A minha chefia adora utilizar gíria.

Item 14 - As pessoas utilizam gíria com demasiada frequência.

Item 15 - As pessoas utilizam acrónimos com demasiada frequência.

Anexo A.3.: Escala de Personalidade

Este instrumento apresenta algumas afirmações que descrevem o comportamento das pessoas. Posto isto, deve descrever honestamente a forma como, geralmente, se comporta no presente e o modo como se vê em relação a outras pessoas que conhece.

Leia cada afirmação cuidadosamente e selecione a opção que mais o/a descreve, tendo em conta a seguinte escala:

1 - Discordo Fortemente; 2 - Discordo; 3 - Nem concordo nem Discordo; 4 - Concordo; 5 - Concordo Fortemente.

Item 1 - Ponho os outros em primeiro lugar.

Item 2 - Estou sempre pronto/a a ajudar.

Item 3 - Coloco os interesses do grupo à frente dos meus.

Item 4 - Considero-me uma pessoa tolerante.

Item 5 - Sou uma pessoa humilde.

Item 6 - Sou altruísta.

Item 7 - Faço amigos com facilidade.

Item 8 - Sinto-me bem quando estou rodeado/a de pessoas.

Item 9 - Gosto de conhecer pessoas novas.

Item 10 - Integro-me facilmente em qualquer grupo.

Item 11 - Sou impulsivo/a.

Item 12 - Sou uma pessoa descontraída.

Item 13 - Sou paciente.

Item 14 - Considero-me uma pessoa calma.

Item 15 - Sou pontual.

Item 16 - Realizo todas as tarefas que me são atribuídas com o mesmo rigor.

Item 17 - Faço sempre mais do que me é solicitado.

Item 18 - Considero-me uma pessoa escrupulosa.

Item 19 - Penso minuciosamente em todos os prós e contras antes de tomar uma decisão.

Item 20 - Adapto-me facilmente a novos contextos (e.g. culturas, ambientes).

Item 21 - Não tenho receio em enfrentar qualquer tipo de desafio.

Item 22 - Estou sempre disposto/a a aprender coisas novas.

Item 23 - Consigo resolver problemas complexos.

Anexo A.4.: Escala de Satisfação Laboral

Indique em relação às afirmações que se seguem qual o seu grau de satisfação na organização onde trabalha.

Considerando a seguinte escala abaixo:

1 - Muito Insatisfeito; 2 - Insatisfeito; 3 - Moderadamente Insatisfeito; 4 - Nem Satisfeito, Nem Insatisfeito; 5 - Moderadamente Satisfeito; 6 - Satisfeito; 7 - Muito Satisfeito

Item 1 - Com as condições físicas do trabalho

Item 2 - Com a autonomia para escolher o seu próprio método de trabalho ou o modo de executar as suas tarefas

Item 3 - Com os seus colegas de trabalho

Item 4 - Com o reconhecimento que obtém pelo trabalho bem realizado

Item 5 - Com o seu superior imediato (Coordenação)

Item 6 - Com a responsabilidade que lhe é atribuída nas suas tarefas

Item 7 - Com o seu salário e benefício

Item 8 - Com a possibilidade de aplicar as suas habilidades e conhecimentos

Item 9 - Com o relacionamento entre a Direção da Organização e os trabalhadores

Item 10 - Com as suas possibilidades de progressão na carreira

Item 11 - Com o modo como a Organização é gerida

Item 12 - Com a atenção que é dada às suas sugestões

Item 13 - Com o seu horário de trabalho

Item 14 - Com a variedade de tarefas que realiza

Item 15 - Com a estabilidade do seu emprego

Anexo A.5.: Escala de Intenção de Saída

Indique em relação às afirmações que se seguem qual o seu grau de satisfação na organização onde trabalha.

Considerando a seguinte escala abaixo:

1 - Muito Insatisfeito; 2 - Insatisfeito; 3 - Moderadamente Insatisfeito; 4 - Nem Satisfeito, Nem Insatisfeito; 5 - Moderadamente Satisfeito; 6 - Satisfeito; 7 - Muito Satisfeito

Item 1 – Estou a pensar permanecer nesta organização o máximo de tempo possível.

Item 2 - É muito provável que num futuro próximo venha a sair desta organização.

Item 3 - Se pudesse, sairia desta organização hoje.

Item 4 - Vou manter-me nesta Organização por mais de um ano.

Item 5 - Estou a pensar deixar esta Organização num futuro próximo.

Item 6 - Atualmente, estou ativamente à procura de outro emprego noutra organização.

Item 7 - Estou a pensar ficar nesta organização por mais algum tempo.

Item 8 - Se puder, permanecerei nesta Organização o máximo de tempo possível.

Anexo A.6.: Questionário Sociodemográfico

Idade: ____

Sexo:

- Feminino
- Masculino

Estado Civil:

- Solteiro
- Casado / União de facto
- Divorciado / Separado
- Viúvo

Habilitações Literárias:

- Secundário
- Licenciatura
- Mestrado
- Doutorado
- Outro

Profissão: _____

Tempo que trabalha na sua organização: _____

Ocupa um cargo de chefia: _____

Anexo B – Processo de tradução-retroversão da *Organizational Bullshit Perception Scale*

Original	Tradução PT1	Tradução PT2	Versão única PT	Retroversão ING	Versão final PT
1. Evidence must be presented to support decisions made (R)	1. Devem ser apresentadas provas para apoiar as decisões feitas	1. Devem ser apresentadas evidências para sustentar as decisões tomadas	1. Deve ser apresentada evidência para sustentar as decisões tomadas.	1. Evidence must be presented to support the decisions made.	1. Deve ser apresentada evidência para sustentar as decisões tomadas.
2. People often make assertions that they cannot support	2. As pessoas usam regularmente argumentos para os quais não têm fundamentos	2. As pessoas frequentemente fazem afirmações que não conseguem sustentar	2. As pessoas frequentemente fazem afirmações que não conseguem sustentar.	2. People often make affirmations they cannot support.	2. As pessoas frequentemente fazem afirmações que não conseguem sustentar.
3. It is easy to get access to the data I need to make good decisions (R)	3. É fácil ter acesso aos dados que necessito para tomar boas decisões	3. É fácil aceder aos dados que necessito para tomar boas decisões	3. É fácil ter acesso aos dados que necessito para tomar boas decisões.	3. It is easy to have access to the data I need to make good decisions.	3. É fácil ter acesso aos dados que necessito para tomar boas decisões.
4. When making decisions we place more emphasis on evidence than on personal opinions (R)	4. Quando tomamos decisões colocamos mais ênfase em provas do que em opiniões pessoais	4. Quando tomamos decisões damos mais ênfase a evidências do que a opiniões pessoais	4. Quando tomamos decisões colocamos mais ênfase em evidência do que em opiniões pessoais.	4. When we make decisions we put more emphasis on evidence than in personal opinions.	4. Quando tomamos decisões colocamos mais ênfase em evidência do que em opiniões pessoais.
5. You can persuade people to do things even if the evidence doesn't support your arguments	5. Podes persuadir uma pessoa a fazer qualquer coisa mesmo que as provas não apoiem os teus argumentos	5. (você) consegue persuadir pessoas a fazer algo mesmo que as evidências não sustentem os seus argumentos	5. Podemos persuadir pessoas a fazer algo mesmo que a evidência não sustente os nossos argumentos.	5. We can persuade people to do something even if the evidence does not support our arguments.	5. Podemos persuadir pessoas a fazer algo mesmo que a evidência não sustente os nossos argumentos.
6. People take the time to gather and analyze data before making decisions (R)	6. As pessoas reservam tempo para recolher e analisar dados antes de tomar decisões	6. As pessoas dedicam tempo à recolha e análise de dados antes de tomarem decisões	6. As pessoas dedicam tempo a recolher e analisar dados antes de tomarem decisões.	6. People take time to collect and analyze data before they make decisions.	6. As pessoas dedicam tempo a recolher e analisar dados antes de tomarem decisões.
7. If you want to get ahead just keep insisting that everything is going great, even if the evidence says something different	7. Se queres ficar à frente continua a insistir que tudo está a correr bem mesmo que as provas indiquem o contrário	7. Se quiser progredir continue apenas a insistir que tudo está a correr otimamente, mesmo que as evidências digam algo diferente	7. Se queremos progredir basta insistir que tudo está a correr otimamente, mesmo que a evidência diga algo diferente.	7. If we want to progress it is enough to insist that everything is going great, even if the evidence says something different.	7. Se queremos progredir basta insistir que tudo está a correr otimamente, mesmo que a evidência diga algo diferente.
8. My boss will say whatever it takes to pursue their agenda	8. O/a meu/minha chefe diz qualquer coisa para atingir o seu objetivo	8. A minha chefia dirá o que for necessário para perseguir os seus objetivos	8. A minha chefia diz o que for necessário para perseguir os seus objetivos.	8. My bosses say whatever is necessary to pursue their goals.	8. A minha chefia diz o que for necessário para perseguir os seus objetivos.
9. When my boss speaks, they usually back up their opinions with logic (R)	9. Quando o/a meu/minha chefe fala, normalmente fundamenta as suas opiniões com lógica	9. Quando a minha chefia fala, geralmente sustenta as suas opiniões com lógica	9. Quando a minha chefia fala, geralmente fundamenta as suas opiniões com lógica.	9. When my bosses speak, they generally justify their opinions with logic.	9. Quando a minha chefia fala, geralmente fundamenta as suas opiniões com lógica.
10. My boss often says things that may or may not be true	10. O/a meu/minha chefe diz normalmente coisas que podem ou não ser verdade	10. A minha chefia frequentemente diz coisas que podem ou não ser verdade	10. A minha chefia frequentemente diz coisas que podem ou não ser verdade.	10. My bosses often say things that may or may not be true.	10. A minha chefia frequentemente diz coisas que podem ou não ser verdade.
11. Even when people don't know what they are talking about, my boss will often go along with their suggestions	11. Mesmo quando as pessoas não sabem do que falam o/a meu/minha chefe concorda com as suas sugestões	11. Mesmo quando as pessoas não sabem do que estão a falar, a minha chefia frequentemente concorda com as suas sugestões	11. Mesmo quando as pessoas não sabem do que estão a falar, a minha chefia frequentemente concorda com as suas sugestões.	11. Even when people don't know what they are talking about, my bosses often agree with their suggestions.	11. Mesmo quando as pessoas não sabem do que estão a falar, a minha chefia frequentemente concorda com as suas sugestões.
12. My boss loves to use acronyms	12. O/a meu/minha chefe adora usar acrónimos	12. A minha chefia adora utilizar acrónimos	12. A minha chefia adora utilizar acrónimos.	12. My bosses love to use acronyms.	12. A minha chefia adora utilizar acrónimos.
13. My boss loves to use jargon	13. O/a meu/minha chefe adora usar gíria	13. A minha chefia adora utilizar jargão	13. A minha chefia adora utilizar gíria.	13. My bosses love to use slang.	13. A minha chefia adora utilizar gíria.
14. People use jargon far too often	14. As pessoas usam gíria com demasiada frequência	14. As pessoas utilizam jargão com demasiada frequência	14. As pessoas utilizam gíria com demasiada frequência.	14. People use slang too often.	14. As pessoas utilizam gíria com demasiada frequência.
15. People use acronyms far too often	15. As pessoas usam acrónimos com demasiada frequência	15. As pessoas utilizam acrónimos com demasiada frequência	15. As pessoas utilizam acrónimos com demasiada frequência.	15. People use acronyms too often.	15. As pessoas utilizam acrónimos com demasiada frequência.

Anexo C – Análise de dados das Hipóteses Infiradas

H1.1.1.: *A Amabilidade tem um efeito moderador na relação entre o Anti-bullshit e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	3,69	4,75	0,44	- 5,66	13,05	0,01	---
Anti-bullshit	- 0,29	0,97	0,76	- 2,38	1,63	---	---
Amabilidade	- 0,09	1,16	0,93	- 2,38	2,20	---	---
Interação (X*W)	0,03	0,24	0,91	- 0,44	0,49	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Amabilidade

H1.1.2.: *A Extroversão tem um efeito moderador na relação entre o Anti-bullshit e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	4,57	3,06	0,14	- 1,46	10,59	0,01	---
Anti-bullshit	- 0,50	0,64	0,43	- 1,77	0,76	---	---
Extroversão	- 0,29	0,75	0,70	- 1,76	1,19	---	---
Interação (X*W)	0,07	0,15	0,63	- 0,23	0,38	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Extroversão

H1.1.4.: *A Conscienciosidade tem um efeito moderador na relação entre o Anti-bullshit e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	8,03	4,61	0,08	- 1,04	17,10	0,01	---
Anti-bullshit	- 1,03	0,93	0,27	- 2,87	0,80	---	---
Conscienciosidade	- 1,16	1,10	0,29	- 3,33	1,00	---	---
Interação (X*W)	0,21	0,22	0,35	- 0,023	0,64	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W= Conscienciosidade

H1.1.5.: *A Abertura à Experiência tem um efeito moderador na relação entre o Anti-bullshit e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	4,83	4,17	0,25	- 3,38	13,04	0,01	---
Anti-bullshit	- 0,54	0,85	0,53	- 2,21	1,14	---	---
Abertura à Experiência	- 0,35	0,96	0,72	- 2,25	1,55	---	---
Interação (X*W)	0,08	0,19	0,67	- 0,30	0,47	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Abertura à Experiência

H1.1.6.: *O Amabilidade tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	0,40	2,43	0,87	- 4,38	5,17	0,03	---
Chefe Bullshitter	0,59	0,63	0,35	- 0,65	1,83	---	---
Amabilidade	0,26	0,59	0,66	- 0,90	1,42	---	---
Interação (X*W)	- 0,08	0,15	0,59	- 0,38	0,21	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Amabilidade

H1.1.7.: *O Extroversão tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	1,73	1,61	0,18	- 1,43	4,9	0,03	---
Chefe Bullshitter	0,19	0,42	0,66	- 0,64	1,02	---	---
Extroversão	-0,06	0,40	0,87	- 0,86	0,73	---	---
Interação (X*W)	- 0,02	0,10	0,87	- 0,19	0,22	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Extroversão

H1.1.8.: *O Neuroticismo tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	2,41	1,61	0,13	- 0,75	5,58	0,03	---
Chefe Bullshitter	0,02	0,44	0,95	- 0,84	0,89	---	---
Neuroticismo	- 0,26	0,44	0,55	- 1,13	0,60	---	---
Interação (X*W)	0,06	0,12	0,58	- 0,17	0,30	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Neuroticismo

H1.1.9.: *O Conscienciosidade tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	3,06	2,31	0,19	-1,50	7,61	0,3	---
Chefe Bullshitter	0,02	0,59	0,97	- 1,14	1,18	---	---
Conscienciosidade	- 0,39	0,56	0,49	- 1,50	0,72	---	---
Interação (X*W)	0,06	0,14	0,68	- 0,22	0,34	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Conscienciosidade

H1.1.10.: *O Abertura à Experiência tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	4,85	2,31	0,04	0,04	9,40	0,04	---
Chefe Bullshitter	- 0,64	0,59	0,28	- 1,80	0,52	---	---
Abertura à Experiência	- 0,79	0,54	0,14	- 1,86	0,27	---	---
Interação (X*W)	0,21	0,14	0,13	- 0,06	0,48	---	0,01

Nota X=Saída Extrema, W=Abertura à experiência

H1.1.11.: *O Amabilidade tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	2,94	1,74	0,09	- 0,47	6,36	0,03	---
Linguagem de Bullshit	- 0,06	0,45	0,89	- 0,94	0,82	---	---
Amabilidade	- 0,29	0,43	0,49	- 1,13	0,54	---	---
Interação (X*W)	0,06	0,11	0,58	- 0,15	0,27	---	0,000

Nota X=Saída Extrema, W=Amabilidade

H1.1.12.: *O Extroversão tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	2,22	1,06	0,04	- 0,47	6,36	0,03	---
Linguagem de Bullshit	0,04	0,28	0,86	- 0,94	0,82	---	---
Extroversão	- 0,11	0,27	0,67	- 1,13	0,54	---	---
Interação (X*W)	0,03	0,07	0,63	- 0,15	0,27	---	0,000

Nota X=Saída Extrema, W=Extroversão

H1.1.13.: *O Neuroticismo tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	3,42	1,07	0,00	1,31	5,52	0,04	---
Linguagem de Bullshit	- 0,23	0,27	0,40	- 0,75	0,30	---	---
Neuroticismo	- 0,47	0,30	0,12	-1,07	0,12	---	---
Interação (X*W)	0,12	0,07	0,12	- 0,03	0,26	---	0,01

Nota X=Saída Extrema, W=Neuroticismo

H1.1.14.: *O Conscienciosidade tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	4,55	1,62	0,00	1,36	7,73	0,05	---
Linguagem de <i>Bullshit</i>	- 0,35	0,42	0,40	- 1,17	0,47	---	---
Conscienciosidade	- 0,69	0,39	0,08	- 1,47	0,09	---	---
Interação (X*W)	0,13	0,10	0,19	- 0,07	0,33	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Conscienciosidade

H1.1.15.: *O Abertura à Experiência tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	3,78	1,52	0,01	0,80	6,77	0,04	---
Linguagem de <i>Bullshit</i>	- 0,34	0,40	0,40	- 1,13	0,45	---	---
Abertura à Experiência	- 0,48	0,36	0,18	- 1,19	0,23	---	---
Interação (X*W)	0,12	0,09	0,19	- 0,06	0,31	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Abertura à experiência

H1.2.1.: *O Amabilidade tem um efeito moderador na relação entre o Anti-Bullshit e a Saída Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Moderada

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	- 3,14	4,64	0,50	- 12,28	6,00	0,03	---
Anti-Bullshit	1,32	0,95	0,17	- 0,56	3,19	---	---
Amabilidade	1,86	1,14	0,10	- 0,38	4,09	---	---
Interação (X*W)	- 0,39	0,23	0,09	- 0,85	0,06	---	0,01

Nota X=Saída Moderada, W=Amabilidade

H1.2.2.: *O Extroversão tem um efeito moderador na relação entre a Anti-Bullshit e a Saída Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Moderada

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	6,52	3,01	0,031	0,60	12,44	0,02	---
Anti-Bullshit	- 0,72	0,63	0,25	- 1,97	0,52	---	---
Extroversão	- 0,51	0,74	0,49	- 1,96	0,94	---	---
Interação (X*W)	0,11	0,15	0,49	- 0,19	0,41	---	0,00

Nota X=Saída Moderada, W=Extroversão

H1.2.3.: *O Neuroticismo tem um efeito moderador na relação entre a Anti-Bullshit e a Saída Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Moderada

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	4,03	,99	0,18	- 1,86	9,92	0,03	---
Anti-Bullshit	- 0,29	,62	0,64	- 1,52	0,93	---	---
Neuroticismo	0,16	,83	0,85	- 1,47	1,79	---	---
Interação (X*W)	- 0,01	,17	0,96	- 0,34	0,33	---	0,00

Nota X=Saída Moderada, W=Neuroticismo

H1.2.4.: *O Conscienciosidade tem um efeito moderador na relação entre a Anti-Bullshit e a Saída Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Moderada

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	3,76	4,53	0,41	- 5,14	12,67	0,03	---
Anti-Bullshit	- 0,01	0,92	0,99	- 1,81	1,79	---	---
Conscienciosidade	0,14	1,08	0,89	- 1,99	2,27	---	---
Interação (X*W)	- 0,06	0,22	0,77	- 0,19	0,36	---	0,00

Nota X=Saída Moderada, W=Conscienciosidade

H1.2.5.: *O Abertura à Experiência tem um efeito moderador na relação entre a Anti-Bullshit e a Saída Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Moderada

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	- 0,56	4,08	0,89	- 8,60	7,48	0,03	---
Anti-Bullshit	0,69	0,83	0,41	- 0,95	2,33	---	---
Abertura à Experiência	1,18	0,94	0,21	- 0,68	3,0	---	---
Interação (X*W)	- 0,23	0,19	0,23	- 0,61	0,15	---	0,00

Nota X=Saída Moderada, W=Abertura à Experiência

H1.2.6.: *O Amabilidade tem um efeito moderador na relação entre a Chefe Bullshitter e a Saída Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	2,17	2,40	0,37	- 2,55	6,90	0,03	---
Chefe Bullshitter	0,40	0,62	0,52	- 0,82	1,63	---	---
Amabilidade	-0,01	0,58	0,98	- 1,16	1,13	---	---
Interação (X*W)	- 0,03	0,15	0,80	- 0,33	0,26	---	0,00

Nota X=Saída Moderada, W=Amabilidade

H1.2.7.: *O Extroversão tem um efeito moderador na relação entre a Chefe Bullshitter e a Saída Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	1,28	1,60	0,42	- 1,84	4,41	0,03	---
Chefe Bullshitter	0,57	0,42	0,17	- 0,25	1,39	---	---
Extroversão	0,21	0,40	0,60	- 0,57	0,99	---	---
Interação (X*W)	- 0,08	0,10	0,43	- 0,29	0,12	---	0,00

Nota X=Saída Moderada, W=Extroversão

H1.2.8.: *O Neuroticismo tem um efeito moderador na relação entre a Chefe Bullshitter e a Saída Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	2,04	1,60	0,20	- 1,09	5,19	0,03	---
Chefe Bullshitter	0,26	0,43	0,55	- 0,60	1,12	---	---
Neuroticismo	0,03	0,44	0,95	- 0,83	0,89	---	---
Interação (X*W)	- 0,00	0,12	0,96	- 0,24	0,22	---	0,00

Nota X=Saída Moderada, W=Neuroticismo

H1.2.9.: *O Conscienciosidade tem um efeito moderador na relação entre a Chefe Bullshitter e a Saída Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	2,16	2,29	0,34	- 2,34	6,67	0,03	---
Chefe Bullshitter	0,48	0,58	0,41	-0,67	1,62	---	---
Conscienciosidade	- 0,01	0,56	0,99	- 1,11	1,09	---	---
Interação (X*W)	- 0,06	0,14	0,69	- 0,34	0,22	---	0,00

Nota X=Saída Moderada, W=Conscienciosidade

H1.2.10.: *O Abertura à Experiência tem um efeito moderador na relação entre a Chefe Bullshitter e a Saída Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	4,66	2,29	0,04	0,15	9,17	0,03	---
Linguagem Bullshit	- 0,40	0,59	0,49	- 1,56	0,75	---	---
Abertura à Experiência	- 0,59	0,54	0,27	- 1,65	0,46	---	---
Interação (X*W)	0,15	0,14	0,27	- 0,12	0,42	---	0,00

Nota X=Saída Moderada, W=Abertura à Experiência

H1.2.11.: *O Amabilidade tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem Bullshit e a Saída Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	p	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	2,37	1,73	0,17	- 1,04	5,77	0,02	---
Linguagem Bullshit	0,38	0,45	0,40	- 0,50	1,26	---	---
Amabilidade	0,04	0,42	0,91	- 0,79	0,88	---	---
Interação (X*W)	- 0,06	0,11	0,57	-0,27	0,15	---	0,00

Nota X=Saída Moderada, W=Amabilidade

H1.2.12.: *O Extroversão tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem Bullshit e a Saída Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	p	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	3,85	1,06	0,00	1,76	5,93	0,03	---
Linguagem Bullshit	- 0,14	0,28	0,62	- 0,70	0,41	---	---
Extroversão	- 0,32	0,26	0,22	- 0,84	0,20	---	---
Interação (X*W)	0,07	0,07	0,34	- 0,07	0,20	---	0,00

Nota X=Saída Moderada, W=Extroversão

H1.2.13.: *O Neuroticismo tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem Bullshit e a Saída Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	p	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	2,60	1,07	0,01	0,50	4,71	0,03	---
Linguagem Bullshit	0,10	0,27	0,71	- 0,43	0,63	---	---
Neuroticismo	- 0,00	0,30	0,99	- 0,60	0,60	---	---
Interação (X*W)	0,00	0,07	0,94	- 0,15	0,15	---	0,00

Nota X=Saída Moderada, W=Neuroticismo

H1.2.14.: *O Conscienciosidade tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem Bullshit e a Saída Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	p	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	2,16	2,29	0,34	- 2,34	6,67	0,03	---
Linguagem Bullshit	0,48	0,58	0,41	-0,67	1,62	---	---
Conscienciosidade	- 0,01	0,56	0,99	- 1,11	1,09	---	---
Interação (X*W)	- 0,06	0,14	0,69	- 0,34	0,22	---	0,00

Nota X=Saída Moderada, W=Conscienciosidade

H1.2.15.: *O Abertura à Experiência tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem Bullshit e a Saída Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	3,18	1,62	0,05	0,00	6,36	0,02	---
Linguagem Bullshit	0,24	0,42	0,56	- 0,58	1,06	---	---
Abertura à Experiência	- 0,16	0,39	0,69	- 0,94	0,62	---	---
Interação (X*W)	- 0,03	0,10	0,79	- 0,22	0,17	---	0,00

Nota X=Saída Moderada, W=Abertura à Experiência

H1.3.1.: *O Amabilidade tem um efeito moderador na relação entre o Anti-bullshit e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	3,14	4,41	0,48	- 5,54	11,83	0,05	---
Anti-bullshit	- 0,10	0,90	0,91	- 1,88	1,67	---	---
Amabilidade	- 0,42	1,08	0,69	- 2,55	1,70	---	---
Interação (X*W)	0,12	0,12	0,58	- 0,31	0,55	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Amabilidade

H1.3.2.: *O Extroversão tem um efeito moderador na relação entre o Anti-bullshit e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	1,64	2,85	0,56	- 3,97	7,26	0,05	---
Anti-bullshit	0,32	0,60	0,59	- 0,86	1,50	---	---
Extroversão	- 0,07	0,70	0,91	- 1,45	1,30	---	---
Interação (X*W)	0,02	0,14	0,88	- 0,26	0,30	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Extroversão

H1.3.3.: *O Neuroticismo tem um efeito moderador na relação entre o Anti-bullshit e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	- 2,15	2,84	- 0,76	- 7,73	3,43	0,05	---
Anti-bullshit	1,15	0,59	1,95	- 0,01	2,32	---	---
Neuroticismo	0,96	0,78	1,22	- 0,58	2,5	---	---
Interação (X*W)	- 0,20	0,16	- 1,26	- 0,52	0,12	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Neuroticismo

H1.3.4.: *O Conscienciosidade tem um efeito moderador na relação entre o Anti-bullshit e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	- 0,53	4,26	0,90	- 8,91	7,85	0,06	---
Anti-bullshit	0,53	0,86	0,54	- 1,17	2,23	---	---
Conscienciosidade	0,49	1,02	0,63	- 1,51	2,49	---	---
Interação (X*W)	-0,04	0,20	0,87	- 0,44	0,37	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Conscienciosidade

H1.3.5.: *O Abertura à Experiência tem um efeito moderador na relação entre o Anti-bullshit e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	4,23	3,88	0,28	- 3,40	11,86	0,05	---
Anti-bullshit	- 0,23	0,79	0,77	- 1,79	1,33	---	---
Abertura à Experiência	- 0,67	0,90	0,45	- 2,44	1,09	---	---
Interação (X*W)	0,15	0,18	0,41	- 0,21	0,51	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Conscienciosidade

H1.3.6.: *O Amabilidade tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	4,27	2,32	0,07	- 0,30	8,83	0,02	---
Chefe Bullshitter	- 0,56	0,60	0,35	- 1,75	0,62	---	---
Amabilidade	- 0,13	0,56	0,82	- 1,24	0,98	---	---
Interação (X*W)	0,11	0,14	0,44	- 0,17	0,40	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Amabilidade

H1.3.7.: *O Extroversão tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	4,45	1,54	0,00	1,41	7,49	0,01	---
Chefe Bullshitter	- 0,44	0,40	0,28	- 1,24	0,36	---	---
Extroversão	- 0,18	0,39	0,64	- 0,94	0,58	---	---
Interação (X*W)	0,08	0,10	0,40	- 0,11	0,28	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Extroversão

H1.3.8.: *O Neuroticismo tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	3,16	1,55	0,04	0,11	6,21	0,01	---
Chefe Bullshitter	- 0,03	0,42	0,93	- 0,87	0,80	---	---
Neuroticismo	0,16	0,42	0,71	- 0,68	0,99	---	---
Interação (X*W)	- 0,02	0,11	0,87	- 0,24	0,21	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Neuroticismo

H1.3.9.: *O Conscienciosidade tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	2,45	2,20	0,27	- 1,89	6,79	0,03	---
Chefe Bullshitter	-0,18	0,56	0,74	- 1,29	0,92	---	---
Conscienciosidade	0,31	0,54	0,56	- 0,75	1,37	---	---
Interação (X*W)	0,02	0,14	0,87	- 0,25	0,29	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Conscienciosidade

H1.3.10.: *O Abertura à Experiência tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	1,97	2,23	0,38	- 2,41	6,36	0,01	---
Chefe Bullshitter	0,20	0,57	0,73	- 0,92	1,32	---	---
Abertura à Experiência	0,41	0,52	0,43	- 0,62	1,43	---	---
Interação (X*W)	- 0,07	0,23	0,60	- 0,33	0,19	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Abertura à Experiência

H1.3.11.: *O Amabilidade tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	2,08	1,67	0,21	- 1,20	5,36	0,01	---
Linguagem de Bullshit	0,01	0,43	0,98	- 0,84	0,86	---	---
Amabilidade	0,38	0,41	0,35	- 0,42	1,18	---	---
Interação (X*W)	- 0,02	0,10	0,85	- 0,22	0,18	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Amabilidade

H1.3.12.: *O Extroversão tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	2,96	1,02	0,00	0,94	4,97	0,01	---
Linguagem de <i>Bullshit</i>	- 0,03	0,27	0,91	- 0,57	0,50	---	---
Extroversão	0,16	0,26	0,53	- 0,34	0,66	---	---
Interação (X*W)	- 0,01	0,07	0,90	- 0,14	0,12	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Extroversão

H1.3.13.: *O Neuroticismo tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	3,37	1,03	0,00	1,33	5,40	0,01	---
Linguagem de <i>Bullshit</i>	- 0,09	0,26	0,71	- 0,61	0,42	---	---
Neuroticismo	0,06	0,29	0,83	- 0,51	0,64	---	---
Interação (X*W)	0,01	0,07	0,91	- 0,13	0,15	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Neuroticismo

H1.3.14.: *O Conscienciosidade tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	1,14	1,55	0,46	- 1,90	4,19	0,03	---
Linguagem de <i>Bullshit</i>	0,15	0,40	0,71	- 0,63	0,93	---	---
Conscienciosidade	0,61	0,38	0,11	- 0,13	1,36	---	---
Interação (X*W)	- 0,05	0,10	0,57	- 0,24	0,13	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Conscienciosidade

H1.3.15.: *O Abertura à Experiência tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Saída Extrema.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	2,56	1,46	0,08	- 0,32	5,44	0,01	---
Linguagem de <i>Bullshit</i>	0,03	0,39	0,94	- 0,71	0,79	---	---
Abertura à Experiência	0,25	0,35	0,47	- 0,43	0,93	---	---
Interação (X*W)	- 0,02	0,09	0,80	- 0,20	0,15	---	0,00

Nota X=Saída Extrema, W=Abertura à Experiência

H1.4.1.: O Amabilidade tem um efeito moderador na relação entre o Anti-bullshit e a Retenção Moderada.

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	5,87	3,95	0,14	- 1,90	13,64	0,03	---
Anti-bullshit	- 0,66	0,81	0,41	- 2,25	0,93	---	---
Amabilidade	- 0,86	- 0,89	0,37	- 2,76	1,04	---	---
Interação (X*W)	0,21	0,20	0,27	- 0,17	0,60	---	0,00

Nota X=Retenção Moderada, W=Amabilidade

H1.4.2.: O Extroversão tem um efeito moderador na relação entre o Anti-bullshit e a Retenção Moderada.

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	3,67	2,56	0,15	- 1,36	8,70	0,02	---
Anti-bullshit	- 0,07	0,54	0,89	- 1,13	0,98	---	---
Extroversão	- 0,35	0,63	0,57	- 1,58	0,88	---	---
Interação (X*W)	0,08	0,13	0,55	- 0,18	0,33	---	0,00

Nota X=Retenção Moderada, W=Extroversão

H1.4.3.: O Neuroticismo tem um efeito moderador na relação entre o Anti-bullshit e a Retenção Moderada.

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	1,69	2,55	0,51	- 3,33	6,71	0,02	---
Anti-bullshit	-0,35	0,53	0,50	- 0,69	1,40	---	---
Neuroticismo	0,15	0,70	0,83	- 1,24	1,54	---	---
Interação (X*W)	- 0,02	- 0,14	0,84	- 0,31	0,25	---	0,00

Nota X=Retenção Moderada, W=Neuroticismo

H1.4.4.: O Conscienciosidade tem um efeito moderador na relação entre o Anti-bullshit e a Retenção Moderada.

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	2,41	3,81	0,53	- 5,10	9,91	0,04	---
Anti-bullshit	- 0,04	0,77	0,96	- 1,56	1,48	---	---
Conscienciosidade	0,00	0,91	1,00	- 1,79	1,80	---	---
Interação (X*W)	0,06	0,18	0,74	- 0,30	0,42	---	0,00

Nota X=Retenção Moderada, W=Conscienciosidade

H1.4.5.: *O Abertura à Experiência tem um efeito moderador na relação entre o Anti-bullshit e a Retenção Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	5,49	3,47	0,11	- 1,35	12,33	0,02	---
Anti-bullshit	- 0,44	0,71	0,53	- 1,84	0,96	---	---
Abertura à Experiência	- 0,76	0,80	0,35	- 2,34	0,83	---	---
Interação (X*W)	0,16	0,16	0,33	- 0,16	0,48	---	0,00

Nota X=Retenção Moderada, W=Abertura à Experiência

H1.4.6.: *O Amabilidade tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Retenção Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	4,82	2,05	0,02	0,78	8,86	0,02	---
Chefe Bullshitter	- 0,65	0,53	0,22	- 1,70	0,40	---	---
Amabilidade	- 0,27	0,50	0,59	- 1,25	0,71	---	---
Interação (X*W)	0,14	0,13	0,28	- 0,11	0,39	---	0,00

Nota X=Retenção Moderada, W=Amabilidade

H1.4.7.: *O Extroversão tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Retenção Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	5,34	1,36	0,00	2,65	8,03	0,01	---
Chefe Bullshitter	- 0,60	0,36	0,10	- 1,30	0,11	---	---
Extroversão	- 0,42	0,34	0,22	- 1,09	0,25	---	---
Interação (X*W)	0,13	0,09	0,13	- 0,04	0,31	---	0,01

Nota X=Retenção Moderada, W=Extroversão

H1.4.8.: *O Neuroticismo tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Retenção Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	4,59	1,37	0,00	1,90	7,29	0,01	---
Chefe Bullshitter	- 0,39	0,37	0,29	- 1,13	0,34	---	---
Neuroticismo	- 0,24	0,37	0,51	- 0,98	0,49	---	---
Interação (X*W)	0,09	0,10	0,38	- 0,11	0,29	---	0,01

Nota X=Retenção Moderada, W=Neuroticismo

H1.4.9.: *O Conscienciosidade tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Retenção Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	3,17	1,95	0,10	- 0,67	7,00	0,02	---
Chefe <i>Bullshitter</i>	- 0,30	0,50	0,55	- 1,28	0,68	---	---
Conscienciosidade	0,13	0,48	0,79	- 0,81	1,07	---	---
Interação (X*W)	0,06	0,12	0,64	- 0,18	0,29	---	0,01

Nota X=Retenção Moderada, W=Conscienciosidade

H1.4.10.: *O Abertura à Experiência tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Retenção Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	4,01	1,97	2,03	0,13	7,90	0,00	---
Chefe <i>Bullshitter</i>	- 0,23	0,50	- 0,47	- 1,23	0,76	---	---
Abertura à Experiência	- 0,8	0,46	- 0,17	- 0,99	0,83	---	---
Interação (X*W)	0,04	0,12	0,34	- 0,19	0,27	---	0,00

Nota X=Retenção Moderada, W=Abertura à Experiência

H1.4.11.: *O Amabilidade tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Retenção Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	3,09	1,48	0,37	0,19	6,00	0,01	---
Linguagem de <i>Bullshit</i>	- 0,19	0,38	0,61	- 0,94	0,56	---	---
Amabilidade	0,11	0,36	0,76	- 0,60	0,82	---	---
Interação (X*W)	0,04	0,09	0,66	- 0,14	0,22	---	0,00

Nota X=Retenção Moderada, W=Amabilidade

H1.4.12.: *O Extroversão tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Retenção Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	3,06	0,91	0,00	1,27	4,85	0,00	---
Linguagem de <i>Bullshit</i>	0,24	0,24	0,92	- 0,45	0,50	---	---
Extroversão	0,11	0,23	0,61	- 0,33	0,56	---	---
Interação (X*W)	- 0,01	0,06	0,85	- 0,13	0,11	---	0,00

Nota X=Retenção Moderada, W=Extroversão

H1.4.13.: *O Neuroticismo tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Retenção Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Extrema							
	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	3,55	0,92	0,00	1,74	5,35	0,00	---
Linguagem de <i>Bullshit</i>	- 0,09	0,23	0,68	- 0,55	0,36	---	---
Neuroticismo	- 0,01	0,26	0,96	- 0,52	0,50	---	---
Interação (X*W)	0,02	0,06	0,75	- 0,10	0,14	---	0,00

Nota X=Retenção Moderada, W=Neuroticismo

H1.4.14.: *O Conscienciosidade tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Retenção Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Extrema							
	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	2,80	1,37	0,04	0,10	5,50	0,03	---
Linguagem de <i>Bullshit</i>	- 0,21	0,35	0,54	- 0,91	0,48	---	---
Conscienciosidade	0,19	0,33	0,58	-0,47	0,85	---	---
Interação (X*W)	0,04	0,08	0,60	- 0,12	0,21	---	0,00

Nota X=Retenção Moderada, W=Conscienciosidade

H1.4.15.: *O Abertura à Experiência tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Retenção Moderada.*

Variável de Resultado: Saída Extrema							
	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	4,20	1,30	0,00	1,65	6,75	0,00	---
Linguagem de <i>Bullshit</i>	- 0,31	0,34	0,37	- 0,98	0,37	---	---
Abertura à Experiência	- 0,16	0,31	0,59	- 0,77	0,44	---	---
Interação (X*W)	0,07	0,08	0,40	- 0,09	0,23	---	0,00

Nota X=Retenção Moderada, W=Abertura à Experiência

H2.1.2.: *O Extroversão tem um efeito moderador na relação entre o Anti-bullshit e a Satisfação Intrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema							
	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	- 2,01	2,88	0,48	- 7,68	3,65	0,07	---
Anti-bullshit	1,34	0,60	0,03	0,15	2,53	---	---
Extroversão	1,17	0,70	0,10	- 0,22	2,55	---	---
Interação (X*W)	- 0,22	0,15	0,13	- 0,51	0,07	---	0,01

Nota X=Satisfação Intrínseca, W=Extroversão

H2.1.3.: *O Neuroticismo tem um efeito moderador na relação entre o Anti-bullshit e a Satisfação Intrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema							
--------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	-1,29	2,88	0,654	- 6,95	4,38	0,6	---
Anti-bullshit	1,26	0,60	0,037	0,08	2,44	---	---
Neuroticismo	1,07	0,79	0,179	- 0,49	2,64	---	---
Interação (X*W)	-0,22	0,16	0,185	- 0,54	0,10	---	0,01

Nota X=Satisfação Intrínseca, W=Neuroticismo

H2.1.4.: *O Conscienciosidade tem um efeito moderador na relação entre o Anti-bullshit e a Satisfação Intrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	2,97	4,35	0,49	- 5,59	11,54	0,6	---
Anti-bullshit	0,23	0,88	0,80	- 1,50	1,96	---	---
Conscienciosidade	- 0,08	1,04	0,94	- 2,13	1,97	---	---
Interação (X*W)	- 0,05	0,21	0,79	- 0,36	0,47	---	0,01

Nota X=Satisfação Intrínseca, W=Conscienciosidade

H2.1.5.: *O Abertura à Experiência tem um efeito moderador na relação entre o Anti-bullshit e a Satisfação Intrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	- 0,57	3,9	0,88	- 8,28	7,13	0,07	---
Anti-bullshit	0,90	0,80	0,26	- 0,67	2,47	---	---
Abertura à Experiência	0,77	0,90	0,39	- 1,01	2,56	---	---
Interação (X*W)	- 0,11	0,18	0,56	- 0,47	0,25	---	0,00

Nota X=Satisfação Intrínseca, W=Abertura à Experiência

H2.1.6.: *O Amabilidade tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Satisfação Intrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	9,46	2,36	0,00	4,81	14,11	0,03	---
Chefe Bullshitter	- 1,31	0,61	0,03	- 2,51	- 0,10	---	---
Amabilidade	- 0,97	0,57	0,09	- 2,10	0,16	---	---
Interação (X*W)	0,27	0,15	0,06	- 0,01	0,57	---	0,01

Nota X=Satisfação Intrínseca, W=Amabilidade

H2.1.7.: *O Extroversão tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e Satisfação Intrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	6,78	1,55	0,00	3,71	9,83	0,04	---
Chefe Bullshitter	- 0,76	0,41	0,06	- 1,57	0,04	---	---
Extroversão	- 0,30	0,39	0,44	- 1,07	0,46	---	---
Interação (X*W)	0,14	0,10	0,15	- 0,05	0,34	---	0,01

Nota X=Satisfação Intrínseca, W=Extroversão

H2.1.8.: *O Neuroticismo tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Satisfação Intrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	3,89	1,57	0,01	0,80	6,98	0,02	---
Chefe Bullshitter	0,11	0,43	0,79	- 0,73	0,96	---	---
Neuroticismo	0,47	0,43	0,28	- 0,38	1,31	---	---
Interação (X*W)	- 0,08	0,11	0,46	- 0,31	0,14	---	0,00

Nota X=Satisfação Intrínseca, W=Neuroticismo

H2.1.9.: *O Conscienciosidade tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Satisfação Intrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	4,82	2,26	0,03	0,39	9,27	0,03	---
Chefe Bullshitter	- 0,29	0,57	0,61	- 1,43	0,84	---	---
Conscienciosidade	0,17	0,55	0,76	- 0,92	1,25	---	---
Interação (X*W)	0,03	0,14	0,84	- 0,25	0,30	---	0,00

Nota X=Satisfação Intrínseca, W=Conscienciosidade

H2.1.10.: *O Abertura à Experiência tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Satisfação Intrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	2,12	2,24	0,34	- 2,29	6,52	0,04	---
Chefe Bullshitter	0,33	0,57	0,56	- 0,79	1,46	---	---
Abertura à Experiência	0,80	0,52	0,12	- 0,22	1,83	---	---
Interação (X*W)	- 0,12	0,13	0,37	- 0,38	0,14	---	0,00

Nota X=Satisfação Intrínseca, W= Abertura à Experiência

H2.1.11.: *O Amabilidade tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Satisfação Intrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	7,14	1,70	0,00	3,79	10,50	0,02	---
Linguagem de <i>Bullshit</i>	- 0,72	0,44	0,10	- 1,58	0,15	---	---
Amabilidade	- 0,48	0,41	0,25	- 1,30	0,34	---	---
Interação (X*W)	0,15	0,11	0,15	- 0,06	0,36	---	0,01

Nota X=Satisfação Intrínseca, W=Amabilidade

H2.1.12.: *O Extroversão tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Satisfação Intrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	4,57	1,04	0,00	2,53	6,61	0,03	---
Linguagem de <i>Bullshit</i>	- 0,17	0,27	0,55	- 0,71	0,37	---	---
Extroversão	0,17	0,26	0,52	- 0,34	0,68	---	---
Interação (X*W)	0,02	0,07	0,80	- 0,12	0,15	---	0,01

Nota X=Satisfação Intrínseca, W=Extroversão

H2.1.13.: *O Neuroticismo tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Satisfação Intrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	4,10	1,05	0,00	2,03	6,17	0,01	---
Linguagem de <i>Bullshit</i>	0,05	0,26	0,85	- 0,47	0,57	---	---
Neuroticismo	0,32	0,30	0,29	- 0,27	0,90	---	---
Interação (X*W)	- 0,04	0,07	0,56	- 0,19	0,10	---	0,00

Nota X=Satisfação Intrínseca, W=Neuroticismo

H2.1.14.: *O Conscienciosidade tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Satisfação Intrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	4,18	1,59	0,01	1,05	7,31	0,02	---
Linguagem de <i>Bullshit</i>	- 0,15	0,41	0,71	- 0,95	0,66	---	---
Conscienciosidade	0,26	0,39	0,51	- 0,51	1,02	---	---
Interação (X*W)	0,01	0,10	0,91	- 0,18	0,21	---	0,00

Nota X=Satisfação Intrínseca, W=Conscienciosidade

H2.1.15.: *O Abertura à Experiência tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Satisfação Intrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	3,52	1,47	0,02	0,61	6,42	0,04	---
Linguagem de <i>Bullshit</i>	- 0,06	0,39	0,87	0,87	0,70	---	---
Abertura à Experiência	0,41	0,35	0,24	0,24	1,10	---	---
Interação (X*W)	- 0,01	0,09	0,91	0,91	0,17	---	0,00

Nota X=Satisfação Intrínseca, W=Abertura à Experiência

H2.2.3.: *O Neuroticismo tem um efeito moderador na relação entre o Anti-bullshit e a Satisfação Extrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	- 0,51	2,46	0,84	- 5,34	4,33	0,06	---
Anti-bullshit	1,11	0,511	0,03	0,10	2,12	---	---
Neuroticismo	0,98	0,68	0,15	- 0,35	2,32	---	---
Interação (X*W)	- 0,20	0,14	0,15	- 0,48	0,07	---	0,01

Nota X=Satisfação Extrínseca, W=Neuroticismo

H2.2.4.: *O Conscienciosidade tem um efeito moderador na relação entre o Anti-bullshit e a Satisfação Extrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	2,66	3,73	0,48	- 4,68	10,00	0,05	---
Anti-bullshit	0,44	0,75	0,56	- 1,04	1,93	---	---
Conscienciosidade	0,08	0,89	0,09	- 1,67	1,84	---	---
Interação (X*W)	- 0,01	0,18	- 0,07	- 0,37	0,34	---	0,00

Nota X=Satisfação Extrínseca, W=Conscienciosidade

H2.2.5.: *O Abertura à Experiência tem um efeito moderador na relação entre o Anti-bullshit e a Satisfação Extrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	- 2,08	3,35	0,53	- 8,67	4,51	0,06	---
Anti-bullshit	1,32	0,68	0,05	- 0,02	2,67	---	---
Abertura à Experiência	1,21	0,77	0,12	- 0,32	2,73	---	---
Interação (X*W)	- 0,22	0,16	0,16	- 0,53	0,09	---	0,01

Nota X=Satisfação Extrínseca, W=Abertura à Experiência

H2.2.6.: *O Amabilidade tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Satisfação Extrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	9,16	2,00	0,00	5,23	13,09	0,04	---
Chefe <i>Bullshitter</i>	- 1,34	0,52	0,01	- 2,36	- 0,32	---	---
Amabilidade	- 0,88	0,48	0,07	- 1,84	0,07	---	---
Interação (X*W)	0,28	0,12	0,02	0,04	0,53	---	0,01

Nota X=Satisfação Extrínseca, W=Amabilidade

H2.2.7.: *O Extroversão tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Satisfação Extrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	6,84	1,32	0,00	4,24	9,44	0,04	---
Chefe <i>Bullshitter</i>	- 0,73	0,35	0,04	- 1,41	- 0,05	---	---
Extroversão	- 0,32	0,33	0,33	- 0,97	0,33	---	---
Interação (X*W)	0,14	0,09	0,10	- 0,03	0,31	---	0,01

Nota X=Satisfação Extrínseca, W=Extroversão

H2.2.8.: *O Neuroticismo tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Satisfação Extrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	5,04	1,34	0,00	2,41	7,67	0,02	---
Chefe <i>Bullshitter</i>	- 0,16	0,36	0,65	- 0,88	0,55	---	---
Neuroticismo	0,15	0,37	0,68	- 0,57	0,87	---	---
Interação (X*W)	- 0,00	0,10	0,96	- 0,20	0,19	---	0,00

Nota X=Satisfação Extrínseca, W=Neuroticismo

H2.2.9.: *O Conscienciosidade tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Satisfação Extrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	5,63	1,9	0,00	1,83	9,42	0,02	---
Chefe <i>Bullshitter</i>	- 0,30	0,49	0,54	- 1,26	0,67	---	---
Conscienciosidade	- 0,03	0,47	0,95	- 0,95	0,90	---	---
Interação (X*W)	0,03	0,12	0,79	- 0,20	0,27	---	0,00

Nota X=Satisfação Extrínseca, W=Conscienciosidade

H2.2.10.: *O Abertura à Experiência tem um efeito moderador na relação entre o Chefe Bullshitter e a Satisfação Extrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema							
	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	3,08	1,92	0,11	- 0,69	6,85	0,03	---
Chefe <i>Bullshitter</i>	0,25	0,49	0,61	- 0,72	1,21	---	---
Abertura à Experiência	0,58	0,45	0,20	- 0,30	1,46	---	---
Interação (X*W)	- 0,10	0,12	0,39	- 0,32	0,13	---	0,00

Nota X=Satisfação Extrínseca, W=Abertura à Experiência

H2.2.11.: *O Amabilidade tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Satisfação Extrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema							
	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	5,40	1,44	0,00	2,57	8,24	0,03	---
Linguagem de <i>Bullshit</i>	- 0,37	0,37	0,32	- 1,10	0,36	---	---
Amabilidade	- 0,00	0,35	0,99	- 0,70	0,69	---	---
Interação (X*W)	0,06	0,09	0,52	- 0,12	0,24	---	0,00

Nota X=Satisfação Extrínseca, W=Amabilidade

H2.2.12.: *O Extroversão tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Satisfação Extrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema							
	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	4,92	0,88	0,00	3,20	6,65	0,03	---
Linguagem de <i>Bullshit</i>	- 0,22	0,23	0,35	- 0,67	0,24	---	---
Amabilidade	0,12	0,22	0,59	- 0,31	0,55	---	---
Interação (X*W)	0,02	0,06	0,70	- 0,09	0,13	---	0,00

Nota X=Satisfação Extrínseca, W=Amabilidade

H2.2.13.: *O Neuroticismo tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Satisfação Extrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema							
	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	4,48	0,89	0,00	2,73	6,23	0,03	---
Linguagem de <i>Bullshit</i>	- 0,02	0,23	0,93	- 0,46	0,42	---	---
Neuroticismo	0,26	0,25	0,31	- 0,24	0,75	---	---
Interação (X*W)	- 0,03	0,06	0,61	- 0,15	0,09	---	0,00

Nota X=Satisfação Extrínseca, W=Neuroticismo

H2.2.14.: *O Conscienciosidade tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Satisfação Extrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema							
--------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	3,86	1,35	0,00	1,20	6,51	0,03	---
Linguagem de <i>Bullshit</i>	0,15	0,35	0,67	- 0,54	0,83	---	---
Conscienciosidade	0,37	0,33	0,26	- 0,28	1,01	---	---
Interação (X*W)	- 0,07	0,08	0,43	- 0,23	0,10	---	0,00

Nota X=Satisfação Extrínseca, W=Conscienciosidade

H2.2.15.: *O Abertura à Experiência tem um efeito moderador na relação entre a Linguagem de Bullshit e a Satisfação Extrínseca.*

Variável de Resultado: Saída Extrema

	Coeff.	SE	<i>p</i>	BootLLCI	BootULCI	R2	R2 Modificado
Resumo do Modelo	2,98	1,25	0,02	0,52	5,45	0,04	---
Linguagem de <i>Bullshit</i>	0,26	0,33	0,43	- 0,39	0,91	---	---
Abertura à Experiência	0,57	0,30	0,05	- 0,01	1,16	---	---
Interação (X*W)	- 0,09	0,08	0,23	- 0,25	0,06	---	0,00

Nota X=Satisfação Extrínseca, W=Abertura à Experiência