

The effects of self-oriented perfectionism in an experimental personnel selection context: a self-validation analysis / *Los efectos del perfeccionismo auto-orientado en un contexto experimental de selección de personal: un análisis desde la auto-validación*

International Journal of Social Psychology:
Revista de Psicología Social
2024, Vol. 39(3) 415–450
© The Author(s) 2024
Article reuse guidelines:
sagepub.com/journals-permissions
DOI: 10.1177/02134748241277132
journals.sagepub.com/home/spj



Rafael Gil  and Javier Horcajo 

Abstract

This study analysed the effects of perfectionism on the formation of attitudes and expectations of organisational behaviour in potential recruiters. Specifically, the dimensions of perfectionism proposed by Hewitt and Flett were analysed in relation to the meta-cognitive process of thought self-validation. Participants were randomly exposed to the résumé (strong vs. weak) of a job candidate that produced either favourable thoughts (strong résumé) or unfavourable thoughts (weak résumé) about the candidate and the résumé. As hypothesised, participants perceived their thoughts as more perfect the higher their self-oriented perfectionism. Consequently, this led them to be more certain and confident in the thoughts generated. This greater cognitive validation of their own thoughts, in turn, gave rise to more polarised attitudes (either in favour of or against the candidate) and expectations about performance, adaptation and organisational commitment, according to the thoughts generated (favourable vs. unfavourable). The implications for research in persuasion and its application in personnel selection are discussed in this article.

Keywords

perfectionism; self-validation; attitudes; persuasion; personnel selection

Universidad Autónoma de Madrid

English translation / *Traducción al inglés*: Mary Black

Corresponding author / Autor/a para correspondencia:

Javier Horcajo, Departamento de Psicología Social y Metodología, Facultad de Psicología, Universidad Autónoma de Madrid, Ciudad Universitaria de Cantoblanco, Madrid, 28049, España.

Email: javier.horcajo@uam.es

Resumen

En este estudio, se analizaron los efectos del perfeccionismo sobre la formación de actitudes y expectativas de comportamiento organizacional en potenciales seleccionadores de personal. Específicamente, se analizaron las dimensiones del perfeccionismo propuestas por Hewitt y Flett en relación con el proceso meta-cognitivo de la auto-validación de los pensamientos. Los participantes fueron aleatoriamente expuestos a un currículum (fuerte vs. débil) de un candidato a un puesto de trabajo que produjo pensamientos favorables (currículum fuerte) o desfavorables (currículum débil) hacia ese candidato y su currículum. Como se hipotetizó, los participantes percibieron sus pensamientos como más perfectos cuanto mayor fue su perfeccionismo auto-orientado. Consecuentemente, esto llevó a tener más certeza y confianza en los pensamientos generados. Esta mayor validación cognitiva de los pensamientos dio lugar a actitudes y expectativas sobre rendimiento, adaptación y compromiso organizacional más polarizadas, a favor o en contra del candidato, en función de los pensamientos generados (favorables vs. desfavorables). Las implicaciones para la investigación en persuasión y la aplicación en selección de personal son discutidas en el presente artículo.

Palabras clave

perfeccionismo; auto-validación; actitudes; persuasión; selección de personal

Received 7 September 2023; Accepted 24 November 2023.

It has been suggested that ‘perfectionism is a multidimensional personality disposition characterized by striving for flawlessness and setting exceedingly high standards of performance accompanied by overly critical evaluations of one’s behaviour’ (Stoeber, 2018, p. 3). However, there is no consensus on a single definition or a unified integrative theoretical model (for different proposals, see, e.g., Frost et al., 1990; Hewitt & Flett, 1991; Stairs et al., 2012; see also Stoeber, 2018, for a review). From different theoretical approaches in different studies, perfectionism has been identified as a variable that is capable of influencing important psychological processes and effects, such as psychological well-being, self-efficacy, social adjustment, clinical disorders like depression and anxiety, and performance in different contexts, including academic and sports performance (e.g., Hill et al., 2018; Limburg et al., 2016; Madigan, 2019; Mills & Blankstein, 2000; Stoeber & Otto, 2006).

More relevant to this study, perfectionism is a variable that has been widely investigated in the field of organisational behaviour, also from different theoretical perspectives (see Ocampo et al., 2020, for a review). For example, it has been

found that perfectionism can be associated with adaptive coping strategies at work (e.g., Dunkley et al., 2014) and is related to low levels of work–family conflict (Deuling & Burns, 2017). However, it has also been found to correlate negatively with productivity indicators (e.g., the number of articles published among university professors, Sherry et al., 2010), and perfectionism has been found to be a predictor of interpersonal stress in the workplace (Mandel et al., 2018). In fact, individuals with a high degree of perfectionism experience more unsatisfactory relationships with their supervisors and colleagues (Hill & Curran, 2016). Furthermore, some studies have related perfectionism with burnout and job dissatisfaction (Fairlie & Flett, 2003; Hochwarter & Byrne, 2010; Mitchelson & Burns, 1998). Despite this large body of research, the role that perfectionism may play in the formation and changes in attitudes, more specifically in relation to recruitment and personnel selection, has not been closely examined. The present research aimed to study this topic.

One of the theoretical models of perfectionism that has been most influential in recent decades is the model developed by Hewitt and Flett

(1991). This model conceptualizes perfectionism using three dimensions: self-oriented perfectionism, socially prescribed perfectionism and other-oriented perfectionism. Self-oriented perfectionism is characterised by setting exceptionally high personal standards and striving for the perfection one desires for oneself. This dimension correlates positively with adaptive characteristics, processes and outcomes, such as responsibility, task-oriented coping, positive affect, academic performance and, in the realm of sports, aspects like motivation, well-being and satisfaction with goal achievement (Frost et al., 1993; Hewitt & Flett, 1991; Hill et al., 2018; Madigan, 2019; Miquelon et al., 2005; Rice et al., 2007). However, self-oriented perfectionism also correlates positively with potentially maladaptive traits, processes and outcomes, such as neuroticism, rumination and overgeneralization bias (Hewitt & Flett, 1991; Rice et al., 2007).

Socially prescribed perfectionism is the belief that others hold extremely high standards for oneself, along with a strong concern with achieving these externally imposed expectations. This dimension correlates positively with traits such as neuroticism, self-criticism, negative affect, fear of negative evaluation and various psychological disorders including depression, phobias and obsessive-compulsive disorder (Hewitt et al., 1991; Smith et al., 2018). Finally, other-oriented perfectionism implies imposing extremely high or unrealistic standards of perfection on others. In previous research, a positive correlation was found between other-oriented perfectionism and the dark triad (i.e., narcissism, Machiavellianism and psychopathy). Likewise, a negative relation was found with the dimensions of altruism, emotionality and agreeableness in the HEXACO model (Lee & Ashton, 2006, 2018), as well as with nurturance, the pursuit of intimacy and the development of social relationships (Stoeber, 2014).

Perfectionism has traditionally been studied from a clinical perspective, examining its relationships with maladaptive cognitive schemas and behaviours (e.g., Conroy et al., 2007; DiBartolo et al., 2007; Wu & Wei, 2008; see Chemisquy,

2018, for a review). However, the self-oriented perfectionism dimension has often been positively related to adaptive cognitive schemas, self-efficacy and better cognitive and meta-cognitive learning strategies (e.g., related to the management of time and study place, as well as effort regulation; see Mills & Blankstein, 2000; Seo, 2008). For example, Stoeber et al. (2010) found that self-oriented perfectionism is more strongly associated with perfectionist cognitions that refer to personal standards and the pursuit of perfection, while socially prescribed perfectionism is more commonly related to concern over mistakes.

The aim of the present research was to analyse the effects of the three dimensions of perfectionism, as proposed by Hewitt and Flett (1991), on the formation of attitudes and expectations of organisational behaviour in an experimental personnel selection context from the perspective of meta-cognitive thought self-validation and research from the realm of persuasion.

Self-validation and persuasion

The theoretical model of persuasion (i.e., attitude change) that has likely accumulated the most empirical evidence over the past four decades is the Elaboration Likelihood Model (ELM) (Petty & Cacioppo, 1986; see Petty & Briñol, 2012, for a review). Briefly, the ELM proposes that a variable (e.g., source credibility) can produce changes in attitudes through multiple psychological processes as a function of the receiver's elaboration on the persuasive information. These processes range from mechanisms based on a low amount of thinking (i.e., low elaboration), such as superficially analysing a variable which is used as a peripheral cue, to processes that entail a large amount of thinking (i.e., high elaboration), such as the meta-cognitive process known as self-validation (Petty et al., 2002). This latter process requires thinking about the validity of one's own thoughts (i.e., thinking about thinking, or meta-cognition; see Briñol & Petty, 2022, for a review). That is, the thoughts that individuals generate when exposed to certain information (e.g., a

persuasive proposal) are used to form or change attitudes to a greater extent when those thoughts are considered valid (or ‘appropriate’) to guide one’s attitudes. Individuals validate their own thoughts ‘when they perceive that thought is likely to be true (cognitive validation) or because they feel good about the thought (affective validation)’ (Briñol & Petty, 2022, p. 340).

Prior research has found that very different variables may influence the perceived validity of thoughts, such as the majority/minority status of the message source (Horcajo et al., 2010) and the receiver’s mood (Briñol et al., 2007). However, few studies have analysed individual difference variables in the receiver (see Briñol & Petty, 2019, 2022, for a review). One of the variables that has been studied is known as self-monitoring (SM; Snyder, 1974). This variable refers to individual differences in the regulation of social behaviour. That is, individuals high in SM are acutely aware of the characteristics of every situation and are more likely and willing than individuals low in SM to adjust their beliefs and behaviours in response to social variables in order to present themselves favourably to others and receive social rewards. By contrast, individuals low in SM are relatively more concerned with maintaining consistency between their beliefs (e.g., their values; see Snyder, 1974) and behaviours. This disposition has been studied extensively in the realm of persuasion (see Blanco et al., 2017; Briñol & Petty, 2019). Of particular importance to the present study, Evans and Clark (2012) manipulated the quality of the arguments (i.e., strong vs. weak) contained in a persuasive message to get the participants to generate thoughts in favour of the attitude object (in response to the strong message) or against it (in response to the weak message). After the participants thought about the message, they were given information about the source of that message, highlighting either their attractiveness or their credibility. The participants’ self-monitoring was also measured.

The researchers predicted and found that the match between the characteristics of the source (i.e., either attractiveness or credibility) and the degree of self-monitoring (i.e., either high SM or

low SM) influenced the perceived validity of the thoughts. Specifically, individuals high in SM were more confident in their thoughts when the source was attractive, while individuals low in SM were more confident in their thoughts when the source was credible. That is, by focusing more on social situations and self-presentation, high-SM individuals can be more susceptible to variables related to social image, such as the source’s attractiveness, which leads these individuals to validate their thoughts. Conversely, low-SM individuals can be more susceptible to variables related to the values and qualities they consider more important, such as the source credibility (e.g., an expert), which leads them to validate their thoughts. It is important to note that these effects occur when the information on the source’s attractiveness and credibility is made salient after having thought about the persuasive proposal (see Tormala et al., 2007). Consequently, participants’ attitudes changed according to a higher or lower confidence (i.e., validity) in the thoughts generated regarding the persuasive proposal. Specifically, when the thoughts were favourable (i.e., strong message), the match led to more favourable attitudes compared to the mismatching condition. However, when the thoughts were unfavourable (i.e., weak message), the match led to less favourable attitudes compared to the mismatching condition (Evans & Clark, 2012).

Another more recent study conducted by Santos et al. (2019) suggested that thoughts can be perceived as having high or low validity according to the individual’s self-esteem. One of the main results of this study was that the higher the participants’ self-esteem, the greater the impact of the favourability of their thoughts (i.e., positive or negative) on their subsequent attitudes (i.e., favourable or unfavourable) towards fast food. This pattern of results was consistent with a self-validation process, indicating that, presumably, the higher the individuals’ self-esteem, the higher the perceived validity of their thoughts.

Likewise, other studies have analysed individual differences in the need for cognition (NC; Cacioppo & Petty, 1982) and have shown that this variable can moderate thought self-validation

(Briñol et al., 2007; Clark & Thiem, 2015; Petty et al., 2002) given that this meta-cognitive process occurs to a greater extent in individuals with a higher disposition and preference for engaging in effortful cognitive activities (high in NC). Finally, DeMarree et al. (2020) proposed that there are also individual differences in the propensity to hold attitudes with certainty.

In the present study, the effects of individual differences in the dimensions of perfectionism proposed by Hewitt and Flett (1991) on the formation of attitudes and expectations of organisational behaviour were analysed. In line with prior research that has related self-oriented perfectionism with perfectionistic cognitions and adaptive meta-cognitions (i.e., Mills & Blankstein, 2000; Stoeber et al., 2010), we expected that this dimension would be particularly relevant in the self-validation process. Given that this dimension entails a strong motivational drive to perceive oneself as 'perfect', in this study we hypothesised that, under high-elaboration conditions, individuals high in self-oriented perfectionism would tend to meta-cognitively analyse their thoughts and perceive them as more perfect than individuals low in self-oriented perfectionism. Consequently, this higher perception of thought perfection would lead them to consider these thoughts more valid, thereby influencing their attitudes to a greater extent.

However, our approach to studying the other two dimensions in the model posited by Hewitt and Flett (1991) was exploratory and entailed no specific hypotheses.

Hypotheses

- H1: We predicted a significant main effect of self-oriented perfectionism on the perception of thought perfection: the higher the self-oriented perfectionism, the higher the perception of perfection.
- H2: We predicted a significant effect of the interaction between résumé quality and self-oriented perfectionism on attitudes [H2b: Expectations of organisational behaviour]: the participants with higher

self-oriented perfectionism would show a higher effect of the résumé quality (i.e., strong vs. weak) than the participants with lower self-oriented perfectionism. This is the pattern expected in line with H1 and with our prediction that the perception of thought perfection would lead to self-validation of those thoughts. Consequently, the higher the self-validation of thoughts, the stronger the effect of the résumé quality on attitudes and expectations of organisational behaviour.

- H3: We predicted that the effect of self-oriented perfectionism on attitudes [H3b: Expectations of organisational behaviour] would be mediated serially by the perception of thought perfection (mediator 1) and thought validity (mediator 2), and this mediation would be moderated by the résumé quality (i.e., strong vs. weak). This moderated serial multiple mediation model tests the indirect (conditional) effect of self-oriented perfectionism by positively influencing the perception of thought perfection, which, in turn, positively influences thought validity, leading to more favourable attitudes in the strong résumé condition and less favourable attitudes in the weak résumé condition (see Figure 1).

Method

Participants and design

The sample was obtained via the student research participation programme in the Faculty of Psychology at the Universidad Autónoma de Madrid. The goal was to gather as many participants as possible during the academic semester during which the study was available ($N=270$). One participant who did not complete the questionnaire was excluded, as were two others because they erroneously answered an item designed to control for attention included to ensure the validity of the responses obtained in the online questionnaire. The final sample consisted of 267 participants (88.4% women, 10.5%

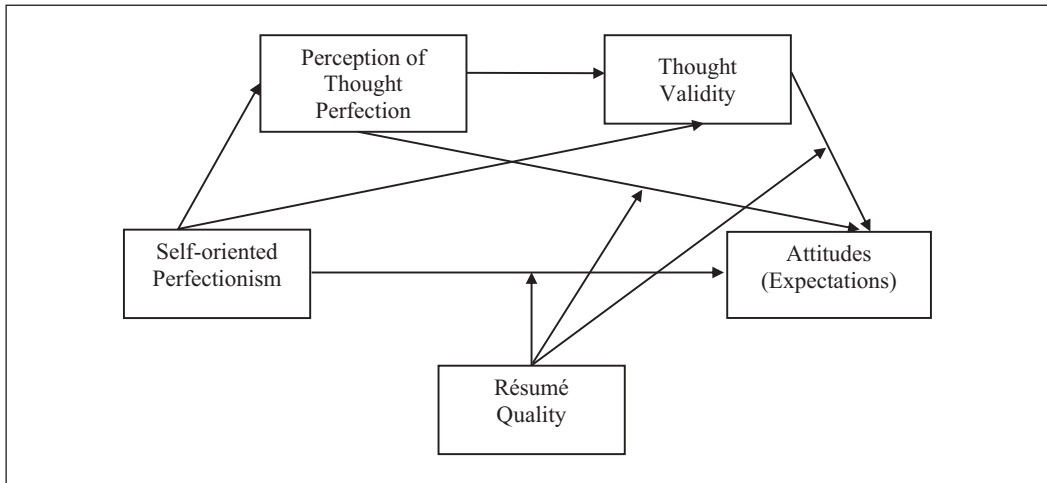


Figure 1. Conceptual diagram of model 89 of PROCESS.

men and 1.1% sex not identified) who were psychology students between the ages of 17 and 52 ($M_{age} = 20.01$, $SD = 3.42$). The observed power data from this study are reported in the results.

Participants were assigned to one of two experimental conditions (i.e., strong vs. weak résumé) via the randomization provided by Qualtrics (see <https://www.qualtrics.com>), with perfectionism measured as an additional predictor. The measures of the mediators (i.e., perception of thought perfection and thought validity), attitudes towards the candidate and expectations of organisational behaviour were included as criterion/dependent variables.

Procedure

The participants responded to an online questionnaire conducted using Qualtrics. They were all told that the study was designed to evaluate their personnel selection skills. First, they were asked to respond to the Spanish version of the Multidimensional Perfectionism Scale. After that, they were told that they had to read the résumé of a job candidate. Given that meta-cognitive processes (such as self-validation, Briñol & Petty, 2022) require a high degree of elaboration, they were instructed to act as if they were in an actual personnel selection process, given that their skills as recruiters would be evaluated, in an attempt to

increase their personal involvement in this task (Horcajo et al., 2022). The information included in the résumé was manipulated in two experimental conditions: half of the participants received a high-quality (i.e., ‘strong’) résumé, while the other half received a low-quality (i.e., ‘weak’) résumé. Therefore, each participant received one of two résumé conditions. After reading the résumé, each participant was immediately asked to list the thoughts they generated based on the information contained in the résumé. Next, participants were asked to classify their thoughts according to their favourability, categorizing each thought regarding the résumé and/or the candidate as ‘favourable’, ‘unfavourable’ or ‘neutral’. After that, they were asked to respond to items that measured the hypothesized mediators (i.e., perception of thought perfection and thought validity), semantic differential items that measured their attitudes towards the candidate and/or their résumé and measures of expectations of the candidate’s organisational behaviour. Participants also reported sociodemographic information. Finally, they were informed of the objectives of the study and were thanked for their participation.

Predictive/independent variables

Perfectionism. Perfectionism was measured using the Multidimensional Perfectionism Scale (MPS; Hewitt et al., 1991), in the version adapted

to Spanish (Rodríguez-Campayo et al., 2009). This instrument is comprised of 45 seven-point Likert-type items ranging from 1 ('totally disagree') to 7 ('totally agree'), which measure each of the three dimensions described in the Introduction. The internal consistency in this study was $\alpha = .91$ for the self-oriented perfectionism items ($M = 4.48$; $SD = .99$), $\alpha = .74$ for the other-oriented perfectionism items ($M = 2.76$; $SD = .77$) and $\alpha = .82$ for the socially prescribed perfectionism items ($M = 4.33$; $SD = .80$).

Résumé quality. The participants were told that the candidate was applying for a human resources manager job at an international company. Following this, they received a résumé that contained either high-quality information about the candidate (i.e., strong or very convincing arguments) or low-quality information about the candidate (i.e., weak or unconvincing arguments). The strong résumé indicated that the applicant had professional experience in recognised international companies, spoke three major languages (English, French and German) and had extensive knowledge of specialised software needed for the job. The weak résumé indicated that the candidate had professional experience unrelated to human resources management (e.g., administrative assistant), spoke less relevant languages (e.g., Latin) and had knowledge of general software (e.g., Word, Excel). Demographic information (i.e., age, sex, etc.) was not included. This manipulation has been successfully used in previous studies on persuasion (e.g., Briñol et al., 2018; Horcajo et al., 2022), showing that the strong résumé mostly produced favourable thoughts about the candidate while the weak résumé mostly produced unfavourable thoughts.

Criterion/dependent variables

Thought favourability. The participants classified each of their thoughts in response to the résumé as favourable, unfavourable or neutral. Based on this classification, a thought favourability index was calculated in accordance with prior research on persuasion (e.g., Horcajo et al., 2020; Santos et al., 2024). Specifically, the following formula was used: Thought favourability = (Number of favourable thoughts - Number of

unfavourable thoughts) / (Number of favourable thoughts + Number of unfavourable thoughts). Consequently, scores on this index ranged from -1 (i.e., all thoughts were unfavourable) to 1 (i.e., all thoughts were favourable; $M = .22$; $SD = .79$; see Cacioppo & Petty, 1981, for additional details of the thought listing task).

Perception of thought perfection. This dependent variable was measured with a single item: 'To what extent do you think that the thoughts you have written about the résumé are perfect?' The participants responded on an 11-point scale, from 0 ('very little perfect') to 10 ('very perfect'; $M = 4.65$; $SD = 2.47$).

Thought validity. Measures of the two types of validation (i.e., cognitive and affective; see Briñol & Petty, 2022) were included. Specifically, participants responded to four 11-point items adapted from prior research (e.g., Gascó et al., 2018; Horcajo et al., 2024; Petty et al., 2002). Two of them measured cognitive validation: 'In general, what degree of certainty do you have about the thoughts you wrote down [about the candidate and/or the résumé]?', rated from 0 ('very little certainty') to 10 ('very much certainty'), and 'What degree of confidence do you have in these thoughts?', from 0 ('very little confidence') to 10 ('very much confidence'). The other two items measured affective validation: 'In general, how much do you like the thoughts you had?', rated from 0 ('I like them very little') to 10 ('I like them very much'), and 'To what extent do these thoughts make you feel good or bad?', rated from 0 ('they make me feel very bad') to 10 ('they make me feel very good').

A principal components analysis on the covariance matrix of these measures was conducted using direct oblimin rotation. The results showed a first component that explained 62.95% of the variance (the two affective validation items) and a second component that explained 26.01% of the variance (the two cognitive validation items; see Table 1). Consequently, two different validation indices were created by averaging the two items in each type of validation: cognitive ($M = 7.63$; $SD = 1.93$) and affective ($M = 6.34$; $SD = 2.19$).

Table 1. Structure matrix and saturations by component of the thought validity items.

	Component 1	Component 2
Liking	.942	.373
Feeling good/bad	.903	.360
Certainty	.384	.972
Confidence	.386	.967

Note: Extraction method: principal component analysis.
Rotation method: oblimin with Kaiser's normalization.

Higher scores indicate higher thought validity (i.e., either cognitive validation or affective validation).

Attitudes. The participants' attitudes were measured using 10 nine-point items (1–9) based on the semantic differential technique (referring to the candidate), in addition to two nine-point Likert-type items (referring to the résumé). These items were adapted from previous studies on attitudes (e.g., Horcajo et al., 2022): 'I don't like' – 'I like', 'unattractive' – 'very attractive', 'uninteresting' – 'very interesting', 'useless' – 'very useful', 'undesirable' – 'desirable', 'not recommendable' – 'highly recommendable', 'good' – 'bad', 'negative' – 'positive', 'not very competitive' – 'very competitive', 'not very complete' – 'very complete'. Furthermore: 'Generally speaking, I thought it was a good résumé' and 'I thought it was an appropriate résumé for the job' ('strongly disagree' – 'strongly agree'). The scores on these 12 items showed high internal consistency ($\alpha = .98$). Additionally, dimensionality was analysed using the three methods that have been shown to work the best in different contexts, each of which identified a single factor.¹ Therefore, an attitude index was created with the mean of all the items. Higher scores on this index indicate more favourable attitudes towards the candidate and/or the résumé ($M = 6.09$; $SD = 2.29$).

Expectations of organisational behaviour. The participants' expectations regarding the candidate's organisational behaviour in the job were also measured. Three highly relevant criteria in organisational psychology were selected (see, e.g., Gil & Alcover, 2003; Neuber et al., 2022;

Verquer et al., 2003): performance, adaptation to the job and commitment. The following items were used: 'What do you think the candidate's performance in this job would be?' ('low performance' – 'high performance'), 'How do you think the candidate would adapt to this job?' ('poorly adapted' – 'very well adapted') and 'What do you think the candidate's organisational commitment to the company would be in this job?' ('not very committed' – 'very committed'). The scores on these nine-point scales (1–9) showed high internal consistency ($\alpha = .88$). Additionally, a principal components analysis on the covariance matrix was conducted using direct oblimin rotation, in which a single component appeared that explained 81.33% of the variance. Consequently, the responses to the three items were averaged, creating a single index of expectations of organisational behaviour ($M = 6.33$; $SD = 1.99$).

Data analysis

Each of the criterion/dependent variables was analysed through hierarchical linear regression according to the predictors (i.e., résumé quality and perfectionism), as well as their interaction. The résumé quality (coded as: 0 = 'weak résumé', 1 = 'strong résumé') and perfectionism (continuous predictive variable) were included in the first step; the interaction was included in the second step. Perfectionism was mean-centred when calculating the interaction term. The main effects and interaction were interpreted in the first step in which they appeared in the regression analysis (Cohen & Cohen, 1983). Moreover, the interaction was also analysed using the PROCESS macro for SPSS (model 1; $-.5$ = 'weak résumé' and $.5$ = 'strong résumé', see Hayes, 2022; Igartua & Hayes, 2021). This analysis enabled us to calculate the effects and simple slopes to decompose and interpret the interaction, as well as to create Figures 2 and 4. Finally, model 89 of PROCESS (Hayes, 2022) was used to analyse the moderated serial multiple mediation model. Additionally, the correlations among all the measures included in the study were reported (Table 2).

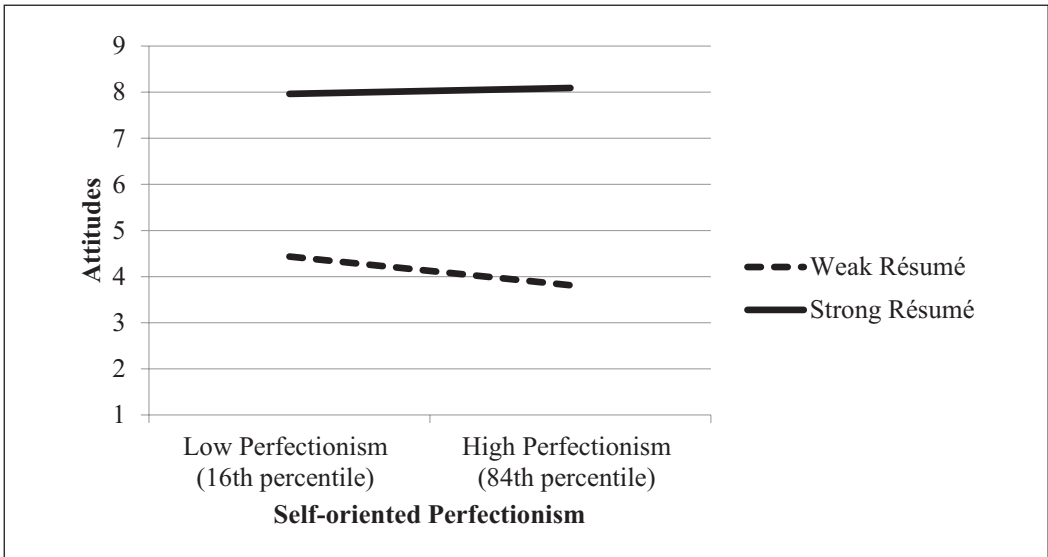


Figure 2. Attitudes as a function of self-oriented perfectionism and résumé quality.

Results²

Thought favourability

There was a significant main effect of résumé quality on thought favourability, $B = 1.19$, $t(263) = 18.99$, $p < .001$, 95% $CI [1.068, 1.315]$, $sr = .758$, which indicated that participants who received the strong résumé generated significantly more favourable thoughts ($M = .82$; $SD = .35$) than participants who received the weak résumé ($M = -.37$; $SD = .64$).³ This result showed that the manipulation of the résumé quality was successful. There were no significant effects of self-oriented perfectionism, $B = -.06$, $t(263) = -1.90$, $p = .058$, 95% $CI [-.123, .002]$, $sr = -.076$, or the interaction, $B = .12$, $t(262) = 1.82$, $p = .070$, 95% $CI [-.010, .240]$, $\Delta R^2 = .005$.⁴

Perception of thought perfection

In keeping with our hypothesis (H1), a significant main effect was found for self-oriented perfectionism on the perception of thought perfection, $B = .32$, $t(263) = 2.12$, $p = .035$, 95% $CI [.023, .615]$, $sr = .128$. An unpredicted significant main

effect was found for résumé quality, $B = .75$, $t(263) = 2.52$, $p = .012$, 95% $CI [.164, 1.333]$, $sr = .152$, indicating that the participants in the strong résumé condition showed the perception of a higher thought perfection ($M = 5.03$; $SD = 2.34$) than the participants in the weak résumé condition ($M = 4.27$; $SD = 2.54$). There was no significant interaction, $B = -.56$, $t(262) = -1.86$, $p = .064$, 95% $CI [-1.150, .032]$, $\Delta R^2 = .012$.

Thought validity

Although it was not hypothesised, a significant main effect was found for the résumé quality on the cognitive validation index, $B = .67$, $t(263) = 2.87$, $p = .004$, 95% $CI [.210, 1.128]$, $sr = .173$, indicating that participants who received the strong résumé perceived their thoughts as more valid (i.e., with higher confidence and certainty) ($M = 7.97$; $SD = 1.66$) than those who received the weak résumé ($M = 7.30$; $SD = 2.13$). No significant main effect was found for self-oriented perfectionism, $B = .13$, $t(263) = 1.11$, $p = .269$, 95% $CI [-.102, .363]$, $sr = .067$.

Table 2. Correlations of the variables measured in the study.

Variable	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Self-oriented <i>p.</i>	—	.54**	.30**	-.06	.13**	.07	.04	-.03	.004
2. Socially prescribed <i>p.</i>	.54**	—	.04	-.002	.04	.04	-.02	.04	.04
3. Other-oriented <i>p.</i>	.30**	.04	—	-.06	.04	.03	.04	-.07	-.05
4. Thought favourability	-.06	-.002	-.06	-	.18**	.11	.58**	.85**	.76**
5. Perception of thought perfection	.13*	.04	.04	.18**	-	.55**	.47**	.15**	.09
6. Cognitive validation index	.07	.04	.03	.11	.55**	—	.40**	.13*	.07
7. Affective validation index	.04	-.02	.04	.58**	.47**	.40**	—	.54**	.46**
8. Attitudes	-.03	.04	-.07	.85**	.15*	.13*	.54**	-	.90**
9. Expectations of organisational behaviour	.004	.04	-.05	.76**	.09	.07	.46**	.90**	—

Note: All the correlations were calculated with the entire sample ($N=267$); ** $p < .01$, * $p < .05$

Additionally, an unexpected effect on the verge of statistical significance was found for the interaction, $B = -.47$, $t(262) = -1.98$, $p = .049$, 95% *CI* $[-.931, -.003]$, $\Delta R^2 = .014$.

Regarding the affective validation index, a significant main effect was found for the résumé quality, $B = 2.27$, $t(263) = 9.85$, $p < .001$, 95% *CI* $[1.815, 2.722]$, $sr = .518$, indicating that participants who received the strong résumé perceived their thoughts as more valid (i.e., with higher liking and good feelings about them, $M = 7.47$; $SD = 1.61$) than those who received the weak résumé ($M = 5.19$; $SD = 2.12$). No significant main effect was found for self-oriented perfectionism, $B = .07$, $t(263) = .602$, $p = .548$, 95% *CI* $[-.159, .300]$, $sr = .032$ or the interaction, $B = .24$, $t(262) = 1.006$, $p = .315$, 95% *CI* $[-.225, .696]$, $\Delta R^2 = .003$.

Attitudes

A significant main effect was found for the résumé quality on attitudes, $B = 3.90$, $t(263) = 26.44$, $p < .001$, 95% *CI* $[3.611, 4.192]$, $sr = .852$, indicating that participants who received the strong résumé showed more favourable attitudes ($M = 8.03$; $SD = .81$) than participants who received the weak résumé ($M = 4.13$; $SD = 1.51$). No significant main effect was found for self-oriented perfectionism,

$B = -.10$, $t(263) = -1.40$, $p = .164$, 95% *CI* $[-.251, .043]$, $sr = -.045$. More importantly for this research, as hypothesised (H2), a significant interaction was found, $B = .37$, $t(262) = 2.46$, $p = .015$, 95% *CI* $[.072, .657]$, $\Delta R^2 = .006$ (see Figure 2).^{5,6}

Specifically, the interaction showed that, among the participants who had high scores on self-oriented perfectionism (i.e., 84th percentile), those assigned to the strong résumé condition showed significantly more favourable attitudes than those assigned to the weak résumé condition, $B = 4.28$, $t(263) = 20.21$, $p < .001$, 95% *CI* $[3.861, 4.695]$. However, the difference in attitudes between the résumé conditions was less pronounced among participants with low scores in self-oriented perfectionism (i.e., 16th percentile), though it was also significant, $B = 3.53$, $t(263) = 16.71$, $p < .001$, 95% *CI* $[3.112, 3.943]$.⁷

Analysis of the moderated serial multiple mediation model on attitudes

To analyse the moderated serial multiple mediation model that we hypothesised (H3), the PROCESS macro for SPSS was used (model 89, using 10,000 bootstrap samples to generate confidence intervals of 95%; see Hayes, 2022). This model allows the indirect (conditional) effects of self-oriented perfectionism on attitudes to be

estimated through the perception of thought perfection (as the first mediator) and the thought validity (as the second mediator). These effects are examined at the different levels of the moderating variable (i.e., strong vs. weak résumé), acting as the moderator in the relationship between (a) self-oriented perfectionism and attitudes, (b) perception of thought perfection and attitudes and (c) thought validity and attitudes.

This model was analysed separately for the cognitive validation and the affective validation indexes.

Cognitive validation. Using the cognitive validation index as the second mediator, the results revealed that the confidence interval of the moderated mediation index did not include the value 0, $B = .03$, $SD = .02$, 95% CI [.004, .077]; therefore, the results supported the proposed model (H3; see Figure 3). The results showed the expected pattern across the two moderating conditions: among the participants in the strong résumé condition, the higher the cognitive validation, the more favourable the attitudes. This was expected because in this condition, participants generated mostly favourable thoughts. In addition, among the participants in the weak résumé condition, the higher the cognitive validation, the less favourable the attitudes, which is also consistent with our prediction because in this condition the participants generated mostly unfavourable thoughts (see Supplementary Materials for additional details).

Affective validation. Using the affective validation index as the second mediator, the results revealed that the confidence interval of the moderated mediation index included the value 0, $B = -.01$, $SD = .01$, 95% CI [-.050, .008]; therefore, the results did not support this model for the affective validation of thoughts.⁸

Expectations of organisational behaviour

A significant main effect was found for the résumé quality on organisational expectations, $B = 2.97$, $t(263) = 18.35$, $p < .001$, 95% CI [2.655, 3.294], $sr = .749$, indicating that participants who

received the strong résumé showed higher expectations of the candidate (i.e., regarding performance, adaptation and commitment; $M = 7.81$; $SD = .90$) than participants who received the weak résumé ($M = 4.83$; $SD = 1.64$). No significant main effect was found for self-oriented perfectionism, $B = -.17$, $t(263) = -.208$, $p = .836$, 95% CI [-.179, .145], $sr = -.008$. More importantly, a significant interaction was found (H2b), $B = .37$, $t(262) = 2.24$, $p = .026$, 95% CI [.044, .688], $\Delta R^2 = .008$ (see Figure 4).⁹

This interaction showed that among the participants with high scores on self-oriented perfectionism (i.e., 84th percentile), those assigned to the strong résumé condition showed significantly higher expectations of organisational behaviour for the candidate than those assigned to the weak résumé condition, $B = 3.35$, $t(263) = 14.39$, $p < .001$, 95% CI [2.893, 3.810]. However, among the participants with low scores on self-oriented perfectionism (i.e., 16th percentile), this difference was smaller among both résumé conditions, although it was also significant, $B = 2.60$, $t(263) = 11.19$, $p < .001$, 95% CI [2.142, 3.057].¹⁰

The analysis of the moderated serial multiple mediation model on the expectations of organisational behaviour showed a pattern of results similar to what was found with attitudes, supporting our prediction (H3b; see Figure 3; see the Supplementary Materials for additional details).

Discussion

The present study contributes to research on both perfectionism and persuasion by showing that specifically the self-oriented perfectionism dimension can influence attitudes via a meta-cognitive process of thought self-validation. As hypothesised, this result occurred through the indirect effect that self-oriented perfectionism exerted via the perception of thought perfection. That is, the results supported our hypothesis that individuals with higher self-oriented perfectionism are more likely to perceive their thoughts as perfect. In consequence, the individual's confidence and certainty in their thoughts (i.e., cognitive validation) is higher, thus exerting a greater influence on their

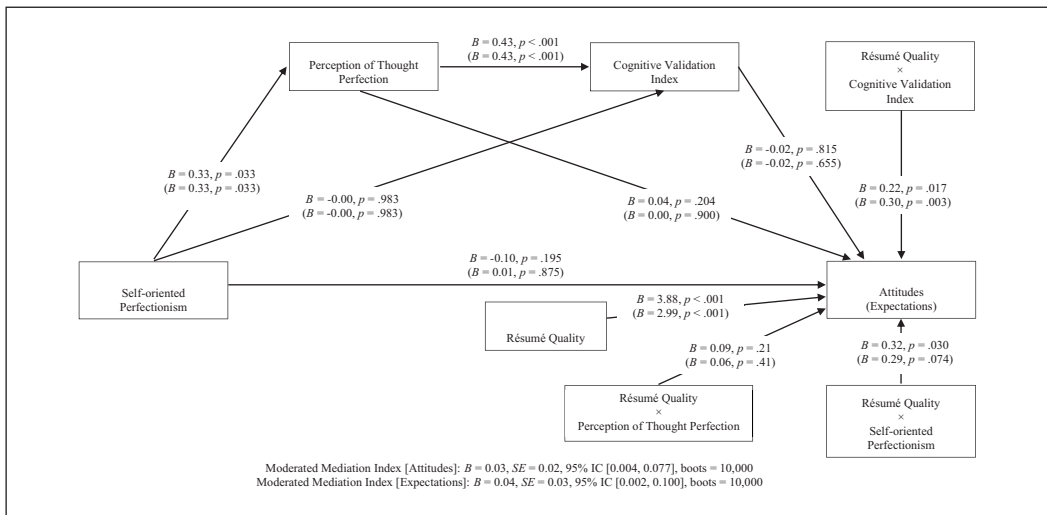


Figure 3. Analysis of the moderated serial multiple mediation on attitudes (expectations of organisational behaviour).

Note: B refers to unstandardised coefficients. The results with the expectations of organisational behaviour are shown in parentheses.

attitudes. In line with Self-Validation Theory (Briñol & Petty, 2022), the moderated serial multiple mediation model showed that this mediation process leads to more favourable attitudes when the thoughts that are validated are favourable in response to the strong résumé of a candidate for a job in an experimental personnel selection context; however, it leads to less favourable attitudes when unfavourable thoughts in response to the weak résumé are validated.

Even more relevant to the field of organisational psychology, the participants also formed expectations of the candidate regarding their future professional performance, their adaptation to the job and their organisational commitment via the same psychological process. As observed with attitudes, we found that through the indirect effect of the perception of thought perfection and the cognitive validation of thoughts, the higher the self-oriented perfectionism, the higher the expectations of organisational behaviour when favourable thoughts were validated (i.e., strong résumé condition) and the lower the expectations when unfavourable thoughts were validated (i.e., weak résumé condition).

The results of this study also contribute to self-validation research because for the first time, it is shown that a variable related to individual differences such as self-oriented perfectionism may influence the self-validation of thoughts via the perception of thought perfection, subsequently determining the attitudes and behavioural expectations within the organization. In a novel way, the present study hypothesised and found that the effect of self-oriented perfectionism on the cognitive validation of thoughts was indirect (i.e., through the perception of their perfection) without the need for other variables to be involved, such as the characteristics of the message source (e.g., attractiveness or credibility, see Evans & Clark, 2012). That is, it was not necessary for there to be a match between the characteristics of the source and the degree of self-oriented perfectionism of the receiver for a self-validation process to occur. Our finding more closely resembles the pattern of results found by Santos et al. (2019) regarding self-esteem. However, the present study also makes clearer contributions than the prior research on self-esteem because that prior study included additional experimental

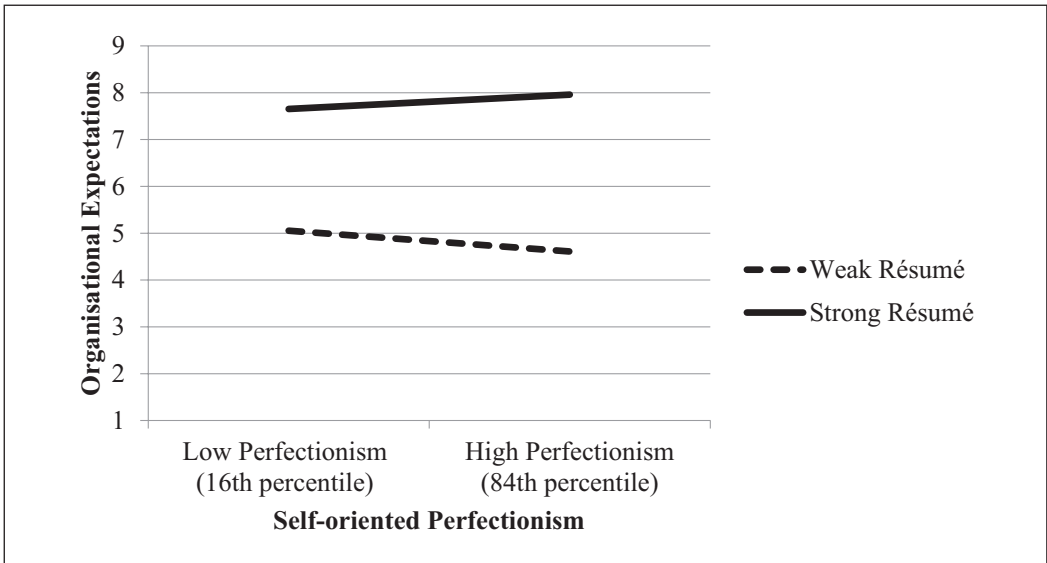


Figure 4. Expectations of organisational behaviour as a function of self-oriented perfectionism and résumé quality.

conditions (i.e., selling vs. buying thoughts), in addition to manipulating the thought favourability (i.e., positive or negative); while the interaction found between self-esteem and thought favourability on attitudes towards fast food was ‘marginally significant’, nor was empirical evidence provided of the mediation for that effect. For this reason, future studies should examine and replicate the pattern of results found with self-esteem by including new samples of participants and specifically analysing that prediction. However, the study by Santos et al. (2019) and the present study together advance the literature on self-validation by showing that some individual difference variables in the receiver of persuasion may influence the self-validation process.

Despite these contributions, this study does have several important limitations. First, it does not enable us to determine the conditions under which the other dimensions of perfectionism may influence attitudes and expectations of organisational behaviour. Hypothetically, we propose that these dimensions may also influence persuasion; however, they would do so under other conditions and via other processes, or even

through self-validation under conditions unlike those established in this study. For example, we do not believe we can posit a clear hypothesis that socially prescribed perfectionism influences self-validation and a consequent change in attitudes and expectations. However, given that this dimension of perfectionism entails a strong concern with reaching high externally imposed expectations, we suggest that under certain specific conditions, individuals scoring high on this dimension could perceive a strong threat from others (e.g., through false feedback on their performance on a task). This would lead to a type of self-validation that was recently proposed: compensatory self-validation (Horcajo et al., 2022; see also Moreno et al., 2023). However, those conditions were not established in this study, and therefore the possible effects of this dimension of perfectionism were analysed in an exploratory manner. The results did not show any significant effect of this dimension or its interaction with the résumé quality.

Similarly, regarding other-oriented perfectionism, we suggest that it may have effects on the attitudes and expectations that individuals form

about others (e.g., in a personnel selection context) by entailing the imposition of extremely high or unreal standards of perfection on others. However, we also do not believe that we could make a clear prediction a priori about whether the self-validation of thoughts generated on another person would increase or decrease (i.e., a job candidate) according to this dimension of perfectionism. Nor would the results show any significant effect of this dimension or its interaction with the résumé quality. Therefore, future studies will have to determine the conditions under which these dimensions of perfectionism could influence attitude change via self-validation and other persuasive processes in organizations and other contexts. In this sense, future research could benefit from several recent considerations on perfectionism which suggest that, according to the results of factor analyses, the different dimensions of perfectionism proposed by different authors can be grouped into two higher-order factors: perfectionistic striving and perfectionistic concerns (Bieling et al., 2004; Frost et al., 1993; Stoeber & Damian, 2014). Self-oriented perfectionism is located within the perfectionistic striving factor, while socially prescribed perfectionism falls within the perfectionistic concerns factor (Bieling et al., 2004). This two-factor model creates a conceptual framework that may serve as a guide for understanding the different relationships shown by the different dimensions of perfectionism (Stoeber, 2018), which may be very useful for future research in persuasion. In fact, future studies should examine the effects of perfectionism on the formation and change of attitudes via other psychological processes in other elaboration conditions, in line with the Elaboration Likelihood Model (Petty & Cacioppo, 1986).

Secondly, future research will have to clarify the role of some of the moderators studied in previous research on self-validation (e.g., elaboration, the meaning assigned to perfection, etc.; see Briñol & Petty, 2022, for a review), as well as other new moderators to be proposed. In fact, another important limitation of this study was that the elaboration was not measured, as it was

in previous studies on persuasion (e.g., via a construct like the need for cognition; see, e.g., Cárđaba et al., 2013; Horcajo & Mateos, 2024; Horcajo et al., 2019), nor was it manipulated (e.g., through experimental variations on personal relevance or the capacity to think; see, e.g., Cárđaba et al., 2014; Horcajo & De La Vega, 2014; Horcajo & Luttrell, 2016). Instead, presumably it was constantly high in the participants given that high relevance or personal involvement was encouraged (see Horcajo et al., 2022, for a similar assumption). Related to this limitation, the number of thoughts that the participants listed in response to the résumé was analysed as an additional dependent variable. This analysis aimed to discard an alternative elaboration-based explanation. The results indicated that self-oriented perfectionism did not have a significant effect on the number of thoughts. This result, coupled with the findings from the moderated serial multiple mediation model, makes an explanation based on elaboration highly implausible. However, future studies should also analyse under what conditions perfectionism can influence persuasion through effects on elaboration.

Analysing under what conditions perfectionism (in any of its dimensions) may operate through an affective validation process will also be of particular interest in future research. In this study, our results only supported a cognitive validation process. That is, the perception of thought perfection influenced the certainty and confidence of the thoughts; consequently, these thoughts were used more when forming attitudes and organisational expectations. However, when the affective validation measures were analysed, no empirical support for the hypothesised mediation process was found. Future studies should replicate these results and determine the conditions under which it is more likely for this type of validation to occur (see Briñol & Petty, 2022).

Finally, this study shows that the self-oriented perfectionism of potential recruiters can influence the attitudes and organisational expectations they form of the candidates for a job via a self-validation process. Therefore, these findings are relevant not only for research but also for

application in personnel selection contexts. In fact, in the field of personnel selection, personality measures of the candidates are used (like those related to the big five factors, or to perfectionism, among others), given that these measures may be used as indicators of the match between the candidate and the job, and more generally as predictors of organisational behaviour (Rothstein & Goffin, 2006). However, this study shows that the recruiters' personality (i.e., self-oriented perfectionism) may also play an important role in the formation of attitudes and expectations of organisational behaviour regarding the candidates. Specifically, the results suggest that recruiters' self-oriented perfectionism may lead them to make relatively biased decisions in the context of personnel selection through the perception of the perfection of their own thoughts and a subsequent self-validation process. Given that the objective of personnel selection processes is to choose the best candidate while avoiding decisions that may be affected by subjectivity and bias to the extent possible, this study alerts us to the need for recruiters to be aware of the effects that their own self-oriented perfectionism may have on the formation of their attitudes and expectations of the candidates, while also revealing the need to work on cognitive and meta-cognitive strategies to correct biases (see Horcajo et al., 2009, for a discussion).

In conclusion, despite having certain limitations, this study makes important contributions to our understanding of the effects of self-oriented perfectionism on persuasion from an applied and scientific perspective, while it also suggests new lines of future research and application.

Notes

1. Dimensionality was assessed via the Hull method (with unweighted least squares extraction and the CAF fit index), an exploratory graphic analysis (EGA; based on the Gaussian graphic model with the Louvain algorithm and 500 replications) and parallel analysis (parallel analysis with principal components extraction, column permutations, Pearson correlations and the mean eigenvalue criterion; e.g., Golino et al., 2020; Lorenzo-Seva et al., 2011; Nájera et al., 2023).
2. When the regression analysis was performed with each of the dimensions of other-oriented perfectionism and socially prescribed perfectionism as the predictor, in addition to résumé quality and their interaction, the results showed no significant effect among those hypothesised for self-oriented perfectionism. Therefore, only the results with self-oriented perfectionism along with résumé quality as the predictive/independent variables are reported.
3. The unstandardised beta coefficients are reported. In turn, the semi-partial correlations are reported as estimations of the effect size.
4. To discard an alternative explanation of our results based on elaboration (i.e., amount of thought), the same regression analysis was performed with the total number of thoughts that the participants listed as the dependent variable. The results showed that the main effect of self-oriented perfectionism was not significant $B = .20$, $t(263) = 1.31$, $p = .193$, 95% *CI* [-.103, .506]. Nor was a significant main effect found for the résumé quality, $B = .26$, $t(263) = .83$, $p = .406$, 95% *CI* [-.348, .857], or a significant effect for the interaction, $B = -.13$, $t(263) = -.42$, $p = .677$, 95% *CI* [-.744, .484].
5. To interpret the interaction, we used the pick-a-point technique. Following the recommendation from Hayes (2022, pp. 249–253), we chose the 16th and 84th percentiles.
6. A post-hoc power analysis was performed for the effect of the interaction on attitudes. The R^2 (model 1) = .726 and the R^2 (model 2) = .732 yielded the effect size $f^2 = .0224$. With this effect size and the parameters of the study, the observed statistical power was .68.
7. Furthermore, the hypothesised interaction showed that the participants in the weak résumé condition formed less favourable attitudes as their scores on self-oriented perfectionism increased, $B = -.30$, $t(263) = -2.76$, $p = .006$, 95% *CI* [-.518, -.087]. The opposite trend was not found significantly in the participants in the strong résumé condition, $B = .06$, $t(263) = .62$, $p = .536$, 95% *CI* [-.135, .259].
8. When the order of the mediators in the model was inverted, the moderated mediation indices included the value 0 for both cognitive validation, $B = .01$, $SD = .01$, 95% *CI* [-.090, .038], and affective validation, $B = .01$, $SD = .02$, 95% *CI* [-.022, .044]. Therefore, this direction of mediation was discarded as plausible. In addition, results did not

support a single mediation by just one of the two mediators (see Supplementary Materials).

9. The R^2 (model 1) = .561 and the R^2 (model 2) = .569 yielded the effect size $f^2 = .0186$ for the interaction on the expectations of behaviour. The observed statistical power was .60.
10. Furthermore, the hypothesised interaction showed that the participants in the weak résumé condition

tended to form lower expectations of organisational behaviour as their scores on self-oriented perfectionism increased, $B = -.21$, $t(263) = -1.79$, $p = .075$, 95% $CI [-.453, .022]$, although this effect did not reach statistical significance. The opposite trend was also not found significantly in the participants in the strong résumé condition, $B = .15$, $t(263) = 1.36$, $p = .176$, 95% $CI [-.068, .367]$.

Los efectos del perfeccionismo auto-orientado en un contexto experimental de selección de personal: un análisis desde la auto-validación

Se ha propuesto que ‘el perfeccionismo es una disposición multidimensional de personalidad caracterizada por la búsqueda de la perfección y el establecimiento de estándares de desempeño extremadamente altos, acompañados de evaluaciones demasiado críticas del comportamiento de uno mismo’ (Stoeber, 2018, p. 3). Sin embargo, no hay consenso en una única definición ni un modelo teórico integrador consolidado (para distintas propuestas, véase, e.g., Frost et al., 1990; Hewitt & Flett, 1991; Stairs et al., 2012; véase también Stoeber, 2018; para una revisión). Desde diferentes planteamientos teóricos, en diversas investigaciones, se ha identificado el perfeccionismo como una variable capaz de influir en procesos y efectos psicológicos de importancia, como, por ejemplo, el bienestar psicológico, la autoeficacia, el ajuste social, trastornos clínicos como la depresión y la ansiedad, o el desempeño en varios contextos como el académico y el deportivo (e.g., Hill et al., 2018; Limburg et al., 2016; Madigan, 2019; Mills & Blankstein, 2000; Stoeber & Otto, 2006).

Más relevante para el presente estudio, el perfeccionismo ha sido una variable ampliamente investigada en el ámbito del comportamiento organizacional, también desde distintas perspectivas teóricas (véase Ocampo et al., 2020, para una revisión). Por ejemplo, se ha encontrado que el perfeccionismo puede asociarse con estrategias de afrontamiento adaptativas en el trabajo (e.g., Dunkley et al., 2014), así como se relaciona con niveles bajos de conflicto trabajo-familia (Deuling & Burns, 2017). Sin embargo, también se ha hallado que correlaciona negativamente con indicadores de productividad (e.g., cantidad de artículos publicados en profesores de universidad, Sherry et al., 2010), así como el perfeccionismo es un predictor del estrés interpersonal dentro del entorno laboral (Mandel et al., 2018). De hecho, las personas altas en perfeccionismo

experimentan relaciones más insatisfactorias con sus supervisores y compañeros (Hill & Curran, 2016). Además, hay estudios que han relacionado el perfeccionismo con *burnout* e insatisfacción con el trabajo (Fairlie & Flett, 2003; Hochwarter & Byrne, 2010; Mitchelson & Burns, 1998). A pesar de esta abundante investigación, no se ha analizado en profundidad el rol que puede desempeñar el perfeccionismo en la formación y el cambio de actitudes y, más concretamente, en relación con la selección de personal. La presente investigación abordó su estudio.

Uno de los modelos teóricos sobre perfeccionismo que ha ejercido una mayor influencia en las últimas décadas es el modelo de Hewitt y Flett (1991). Este modelo conceptualiza el perfeccionismo en tres dimensiones: el perfeccionismo auto-orientado, el perfeccionismo socialmente prescrito y el perfeccionismo orientado a los demás. El *perfeccionismo auto-orientado* (i.e., *self-oriented perfectionism*) se caracteriza por el establecimiento de estándares personales excepcionalmente altos y una búsqueda de la perfección deseada para uno mismo. Esta dimensión correlaciona positivamente con características, procesos y resultados adaptativos como la responsabilidad, el afrontamiento orientado a tareas, el afecto positivo, el desempeño académico y, en el ámbito del deporte, con aspectos como la motivación, el bienestar y la satisfacción con el logro de metas (Frost et al., 1993; Hewitt & Flett, 1991; Hill et al., 2018; Madigan, 2019; Miquelon et al., 2005; Rice et al., 2007). Sin embargo, el perfeccionismo auto-orientado también correlaciona positivamente con características, procesos y resultados potencialmente desadaptativos como el neuroticismo, la rumia y el sesgo de sobregeneralización (Hewitt & Flett, 1991; Rice et al., 2007).

El *perfeccionismo socialmente prescrito* (i.e., *socially prescribed perfectionism*) es la creencia de que los demás mantienen estándares extremadamente

altos hacia uno mismo, junto con una fuerte preocupación por alcanzar esas expectativas externamente impuestas. Esta dimensión correlaciona positivamente con el rasgo de neuroticismo, la autocrítica, el afecto negativo, el miedo a la evaluación negativa y trastornos psicológicos como la depresión, las fobias o el trastorno obsesivo compulsivo (Hewitt et al., 1991; Smith et al., 2018). Por último, el *perfeccionismo orientado a los demás* (i.e., *other-oriented perfectionism*) implica la imposición a los otros de estándares de perfección extremadamente altos o irreales. En la investigación efectuada, se ha observado que correlaciona positivamente con la triada oscura (i.e., narcisismo, maquiavelismo, psicopatía) y tiene relaciones negativas con las dimensiones de altruismo, emotividad y amabilidad del modelo HEXACO (Lee & Ashton, 2006, 2018), así como con el cuidado de los demás, la búsqueda de intimidad y el desarrollo en las relaciones sociales (Stoeber, 2014).

El estudio del perfeccionismo se ha realizado, tradicionalmente, desde una perspectiva clínica, examinando sus relaciones con esquemas cognitivos y comportamientos desadaptativos (e.g., Conroy et al., 2007; DiBartolo et al., 2007; Wu & Wei, 2008; véase Chemisquy, 2018, para una revisión). Sin embargo, la dimensión de perfeccionismo auto-orientado a menudo se ha relacionado positivamente con esquemas cognitivos adaptativos, autoeficacia y mejores estrategias tanto cognitivas como meta-cognitivas de aprendizaje (e.g., relacionadas con la gestión del tiempo y el espacio de estudio, así como la regulación del esfuerzo; Mills & Blankstein, 2000; Seo, 2008). Por ejemplo, Stoeber et al. (2010) hallaron que el perfeccionismo auto-orientado se asocia en mayor medida con cogniciones perfeccionistas referidas a estándares personales y la búsqueda de la perfección; mientras que el perfeccionismo socialmente prescrito se relaciona en mayor medida con la preocupación por los errores.

La presente investigación tiene como objetivo analizar los efectos de las tres dimensiones de perfeccionismo del modelo de Hewitt y Flett (1991) sobre la formación de actitudes y expectativas de comportamiento organizacional en un

contexto experimental de selección de personal, desde la perspectiva de la auto-validación meta-cognitiva del pensamiento y su investigación en el ámbito de la persuasión.

Auto-validación y persuasión

El modelo teórico sobre persuasión (i.e., cambio de actitudes) que, posiblemente, más evidencia empírica ha acumulado en las últimas cuatro décadas es el Modelo de Probabilidad de Elaboración (ELM, *Elaboration Likelihood Model*, Petty & Cacioppo, 1986; véase Petty & Briñol, 2012; para una revisión). En síntesis, el ELM propone que una variable (e.g., la credibilidad del emisor del mensaje) puede producir cambios en las actitudes a través de múltiples procesos psicológicos en función de la elaboración que el receptor haga de la información persuasiva. Estos procesos van desde mecanismos basados en poca cantidad de pensamiento (i.e., baja elaboración), por ejemplo, analizando superficialmente una variable que es usada como clave periférica que lleva a la persuasión, hasta procesos que implican mucha cantidad de pensamiento (i.e., alta elaboración), por ejemplo, procesos meta-cognitivos como la denominada auto-validación (Petty et al., 2002). Este último proceso requiere pensar sobre la validez de los propios pensamientos (i.e., *thinking about thinking* o meta-cognición, véase Briñol & Petty, 2022, para una revisión). Es decir, los pensamientos que las personas generan ante una información dada (e.g., una propuesta persuasiva) serán utilizados para formarse o cambiar sus actitudes en la medida en que consideren que dichos pensamientos son válidos (o ‘adecuados’) para guiar sus actitudes. Las personas validan un pensamiento ‘cuando perciben que es probable que ese pensamiento sea verdadero (i.e., validación cognitiva) o porque se sienten bien con ese pensamiento (i.e., validación afectiva)’ (Briñol & Petty, 2022, p. 340).

La investigación previa ha encontrado que algunas variables muy diferentes pueden influir en la validez percibida de los pensamientos, como, por ejemplo, el estatus de mayoría/minoría del emisor de un mensaje persuasivo (Horcajo

et al., 2010) o el estado de ánimo del receptor (Briñol et al., 2007). Sin embargo, hay pocos estudios que hayan analizado variables de diferencias individuales del receptor (véase Briñol & Petty, 2019, 2022, para una revisión). Una de las variables que se han investigado es conocida como *self-monitoring* (SM; Snyder, 1974). Esta variable se refiere a las diferencias individuales en la regulación de la conducta social. Es decir, las personas con un alto nivel de SM son muy conscientes de las características de cada situación y son más propensos que los individuos con un bajo nivel de SM a ajustar sus creencias y comportamientos en respuesta a variables sociales para presentarse favorablemente ante los demás y recibir recompensas sociales. Por el contrario, las personas con un bajo nivel de SM están relativamente más comprometidas con mantener la consistencia entre sus creencias (e.g., sus valores; véase Snyder, 1974) y sus comportamientos. Esta disposición ha sido extensamente estudiada en persuasión (véase Blanco et al., 2017; Briñol & Petty, 2019). De especial relevancia para la presente investigación, Evans y Clark (2012) manipularon la calidad de los argumentos (i.e., fuertes vs. débiles) contenidos en un mensaje persuasivo para que los participantes generaran pensamientos a favor del objeto de actitud (en respuesta al mensaje fuerte) o pensamientos en contra (en respuesta al mensaje débil). Después de que los participantes pensaran sobre el mensaje, se les informó sobre el emisor de dicho mensaje, destacando o bien su atractivo o bien su credibilidad. Además, el *self-monitoring* de los participantes fue medido.

Los investigadores predijeron y encontraron que el encaje (i.e., *matching*) entre las características del emisor (i.e., su atractivo o su credibilidad) y el grado de *self-monitoring* (i.e., alto SM o bajo SM) influyó en la validez percibida de los pensamientos. Concretamente, los individuos altos en SM tuvieron más confianza en sus pensamientos cuando el emisor del mensaje era atractivo, mientras que los individuos bajos en SM tuvieron más confianza en sus pensamientos cuando el emisor era creíble. Es decir, al estar más focalizados en las situaciones sociales y la auto-presentación, los individuos con alto SM pueden ser

más susceptibles a variables relacionadas con la imagen social, por ejemplo, el atractivo de un emisor, característica que llevó a esos individuos a la validación de sus pensamientos. Por el contrario, los individuos con bajo SM pueden ser más susceptibles a variables relacionadas con los valores y las cualidades consideradas por ellas como más importantes, por ejemplo, la credibilidad de un emisor (e.g., si es un experto), característica que produjo en ellos la validación de sus pensamientos. Es importante señalar que estos efectos ocurren cuando la información del atractivo o la credibilidad del emisor se hace saliente después de haber pensado sobre la propuesta persuasiva (véase Tormala et al., 2007). Como consecuencia, las actitudes cambiaron en función de esa mayor o menor confianza (i.e., validez) en los pensamientos generados ante la propuesta persuasiva. En concreto, cuando los pensamientos fueron favorables (i.e., mensaje fuerte), el encaje (i.e., *matching*) llevó a actitudes más favorables en comparación con la condición de no encaje (i.e., *mis-matching*). Sin embargo, cuando los pensamientos fueron desfavorables (i.e., mensaje débil), el encaje llevó a actitudes más desfavorables en comparación con el no encaje (Evans & Clark, 2012).

Otro estudio más reciente realizado por Santos et al. (2019) sugirió que los pensamientos pueden ser percibidos con alta o baja validez en función de la autoestima de los individuos. Uno de los resultados principales de este estudio indicó que la favorabilidad de los pensamientos (i.e., positivos vs. negativos) generados por los participantes hacia la comida rápida (i.e., *fast food*) tuvo un mayor impacto en las actitudes (i.e., favorables o desfavorables) subsiguientes que se formaron hacia la comida rápida cuanto mayor fue la autoestima de esos participantes. Este patrón de resultados fue consistente con un proceso de auto-validación de los pensamientos, indicando que, presumiblemente, a mayor autoestima de los participantes, mayor validez percibida en sus pensamientos.

Asimismo, otros estudios han analizado las diferencias individuales en la necesidad de cognición (NC; Cacioppo & Petty, 1982) y han

mostrado que esta variable puede moderar la auto-validación de los pensamientos (Briñol et al., 2007; Clark & Thiem, 2015; Petty et al., 2002) puesto que este proceso meta-cognitivo ocurre en mayor medida en aquellos individuos que tienen una mayor predisposición y preferencia hacia la actividad de pensar (altos en NC). Por último, DeMarree et al. (2020) propusieron que también hay diferencias individuales en la propensión a mantener actitudes con certeza.

En el presente estudio, se analizaron los efectos de las diferencias individuales en las dimensiones del perfeccionismo propuestas por Hewitt y Flett (1991) sobre la formación de actitudes y expectativas de comportamiento organizacional. En consonancia con la investigación previa que ha relacionado el perfeccionismo auto-orientado con cogniciones perfeccionistas y meta-cogniciones adaptativas (e.g., Mills & Blankstein, 2000; Stoeber et al., 2010), esperábamos que esta dimensión fuera especialmente relevante para el proceso de la auto-validación. Puesto que esta dimensión conlleva un fuerte impulso motivacional para percibirse a uno mismo como ‘perfecto’, en este estudio hipotetizamos que, en condiciones de alta elaboración, las personas altas en perfeccionismo auto-orientado tenderían a analizar meta-cognitivamente sus pensamientos y percibirlos como más perfectos que las personas bajas en perfeccionismo auto-orientado. Como una consecuencia de ello, esta mayor percepción de perfección de sus pensamientos las llevaría a considerar esos pensamientos como más válidos, influyendo en mayor medida sobre sus actitudes.

Sin embargo, respecto a las otras dos dimensiones del modelo de Hewitt y Flett (1991), nuestra aproximación a su estudio fue exploratoria, sin plantear ninguna hipótesis específica.

Hipótesis

H1: Efecto principal significativo del perfeccionismo auto-orientado sobre la percepción de perfección de los pensamientos: A mayor perfeccionismo auto-orientado, mayor será la percepción de perfección.

H2: Efecto significativo de la interacción entre la calidad del currículum y el perfeccionismo auto-orientado sobre las actitudes [H2b: Expectativas de comportamiento organizacional]: Los participantes con mayor perfeccionismo auto-orientado mostrarán un mayor efecto de la calidad del currículum (i.e., fuerte vs. débil) que los participantes con menor perfeccionismo auto-orientado. Este es el patrón de resultados esperados en consonancia con la H1 y con nuestra predicción de que la percepción de perfección de los pensamientos llevará a auto-validación de esos pensamientos. Como una consecuencia, a mayor auto-validación, mayor efecto de la calidad del currículum.

H3: El efecto del perfeccionismo auto-orientado sobre las actitudes [H3b: Expectativas de comportamiento organizacional] será mediado en serie por la percepción de perfección de los pensamientos (mediador 1) y la validez percibida en los pensamientos (mediador 2), siendo esta mediación moderada por la calidad del currículum (i.e., fuerte vs. débil). Este modelo de mediación múltiple serial moderada prueba el efecto indirecto (condicional) del perfeccionismo auto-orientado influyendo positivamente sobre la percepción de perfección que, a su vez, influye positivamente en la validez de los pensamientos, llevando a actitudes más favorables (en la condición de currículum fuerte) y a actitudes más desfavorables (en la condición de currículum débil; véase Figura 1).

Método

Participantes y diseño

La muestra fue obtenida a través del sistema de participación de estudiantes en las investigaciones de la Facultad de Psicología de la Universidad Autónoma de Madrid. El objetivo fue recoger tantos participantes como fuese posible durante

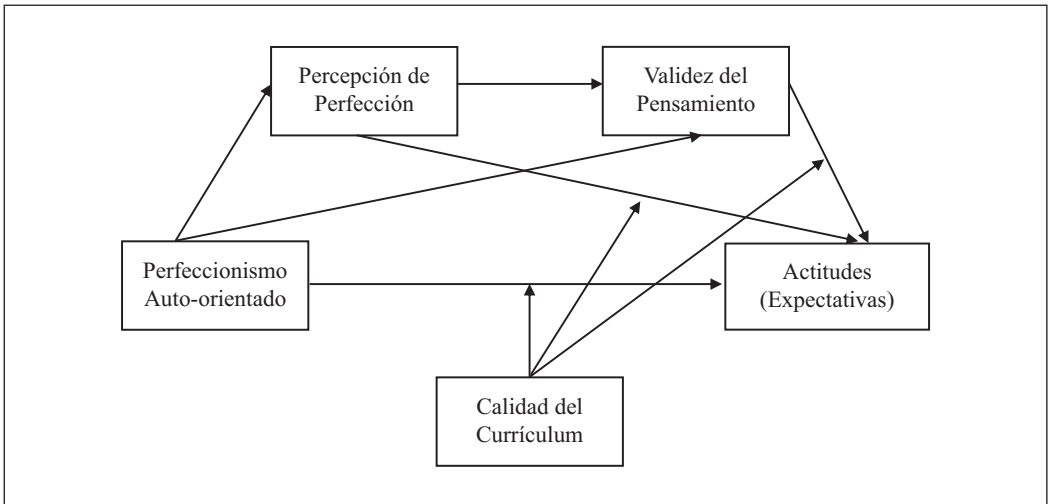


Figura 1. Diagrama conceptual del Modelo 89 de PROCESS.

el cuatrimestre académico que permaneció disponible el estudio ($N=270$). Se excluyó a un participante que no completó el cuestionario y a otros dos por contestar erróneamente a un ítem de control de atención que se incluyó para garantizar la validez de las respuestas obtenidas en el cuestionario online. La muestra final estuvo compuesta por 267 participantes (88.4% mujeres, 10.5% hombres y 1.1% sexo no identificado), estudiantes de psicología, con una edad comprendida entre los 17 y los 52 años ($M_{\text{edad}}=20.01$, $DE=3.42$). En los resultados se informa de los datos de potencia observada en este estudio.

Los participantes fueron asignados a una de dos condiciones experimentales (i.e., currículum fuerte vs. currículum débil) mediante la aleatorización proveída por Qualtrics (véase <https://www.qualtrics.com>), con el perfeccionismo medido como un predictor adicional. Las medidas de los mediadores (i.e., percepción de perfección de los pensamientos y validez de los pensamientos), las actitudes hacia el candidato y las expectativas de comportamiento organizacional fueron incluidas como variables criterio/dependientes.

Procedimiento

Los participantes respondieron a un cuestionario en formato online realizado con Qualtrics. A todos se les dijo que el estudio estaba diseñado para evaluar sus habilidades de selección de personal. En primer lugar, se les pidió que respondiesen a la versión en castellano de la Escala Multidimensional de Perfeccionismo. Después, se les informó de que tenían que leer el currículum de un candidato a un puesto de trabajo. Dado que los procesos meta-cognitivos (como la auto-validación, Briñol & Petty, 2022) requieren un alto grado de elaboración, se les dijo que actuaran como si estuviesen en un proceso real de selección de personal puesto que se evaluarían sus habilidades como seleccionadores de personal, buscando incrementar así su implicación personal en esta tarea (Horcajo et al., 2022). La información incluida en el currículum fue manipulada en dos condiciones experimentales: La mitad de los participantes recibió un currículum de alta calidad (i.e., ‘fuerte’) y la otra mitad recibió un currículum de baja calidad (i.e., ‘débil’). Por tanto, todos los participantes recibieron uno de los dos

currículums e, inmediatamente después, se les pidió que enumeraran los pensamientos que habían generado ante la información contenida en el currículum. A continuación, se pidió a los participantes que clasificaran sus pensamientos en función de su favorabilidad, categorizando cada pensamiento como ‘favorable’, ‘desfavorable’ o ‘neutro’ respecto al currículum y/o el candidato. Después, se pidió a los participantes que respondieran a ítems que midieron los mediadores hipotetizados (i.e., percepción de perfección y validez de los pensamientos), ítems de diferencial semántico que midieron sus actitudes hacia el candidato y/o su currículum y medidas de expectativas sobre el comportamiento organizacional del candidato. Además, los participantes reportaron información sociodemográfica. Finalmente, se les informó de los objetivos del estudio y se les agradeció su participación.

Variables predictoras/independientes

Perfeccionismo. El perfeccionismo fue evaluado mediante la Escala Multidimensional de Perfeccionismo (MPS; Hewitt et al., 1991), en su versión adaptada al castellano (Rodríguez-Campayo et al., 2009). Este instrumento se compone de 45 ítems tipo Likert de siete puntos, desde 1 (‘totalmente en desacuerdo’) hasta 7 (‘totalmente de acuerdo’), que miden cada una de las tres dimensiones descritas en la Introducción. La consistencia interna en el presente estudio fue de $\alpha = .91$ para los ítems del perfeccionismo auto-orientado ($M = 4.48$; $DE = .99$), de $\alpha = .74$ para los ítems del perfeccionismo orientado a los demás ($M = 2.76$; $DE = .77$) y de $\alpha = .82$ para los ítems del perfeccionismo socialmente prescrito ($M = 4.33$; $DE = .80$).

Calidad del currículum. A los participantes se les decía que el candidato estaba optando a un puesto de dirección de recursos humanos en una empresa internacional. Seguidamente, recibieron un currículum que contenía información de alta calidad sobre el candidato (i.e., argumentos fuertes o muy convincentes) o información de baja calidad sobre el candidato (i.e., argumentos débiles o poco convincentes). El currículum fuerte

indicaba que el solicitante tenía experiencia profesional en empresas internacionales reconocidas, hablaba tres idiomas relevantes (inglés, francés y alemán) y poseía un alto conocimiento sobre software especializado para el puesto. El currículum débil indicaba que el candidato tenía experiencia profesional que no estaba relacionada con la dirección de recursos humanos (e.g., auxiliar administrativo), hablaba idiomas de menor relevancia (e.g., latín) y poseía un alto conocimiento sobre software general (e.g., Word, Excel). No se incluyeron datos demográficos (i.e., edad, sexo, etc.). Esta manipulación ha sido utilizada con éxito en investigaciones anteriores en persuasión (e.g., Briñol et al., 2018; Horcajo et al., 2022), mostrando que el currículum fuerte produjo mayoritariamente pensamientos favorables hacia el candidato y el currículum débil produjo mayoritariamente pensamientos desfavorables.

Variables criterio/dependientes

Favorabilidad de los pensamientos. Los participantes clasificaron cada uno de sus pensamientos en respuesta al currículum como favorable, desfavorable o neutro. A partir de esta clasificación, se calculó un índice de favorabilidad de los pensamientos de acuerdo con la investigación previa en persuasión (e.g., Horcajo et al., 2020; Santos et al., 2024). En concreto, se utilizó la siguiente fórmula: Favorabilidad del pensamiento = (Número de pensamientos favorables - Número de pensamientos desfavorables) / (Número de pensamientos favorables + Número de pensamientos desfavorables). Por tanto, las puntuaciones en este índice estuvieron comprendidas entre -1 (i.e., todos los pensamientos fueron desfavorables) y 1 (i.e., todos los pensamientos fueron favorables; $M = .22$; $DE = .79$; véase Cacioppo & Petty, 1981, para detalles adicionales sobre esta tarea del listado de pensamientos).

Percepción de perfección de los pensamientos. Se midió mediante un único ítem: ‘¿En qué medida crees que los pensamientos que has escrito sobre el currículum son perfectos?’ Los participantes respondieron en una escala de 11 puntos, desde

0 ('poco perfectos') hasta 10 ('muy perfectos'; $M = 4.65$; $DE = 2.47$).

Validez de los pensamientos. Se incluyeron medidas de los dos tipos de validación (i.e., cognitiva y afectiva; véase Briñol & Petty, 2022). Específicamente, los participantes respondieron a cuatro ítems de 11 puntos adaptados de investigaciones previas (e.g., Gascó et al., 2018; Horcajo et al., 2024; Petty et al., 2002). Dos de ellos midieron la validación cognitiva: 'En general, ¿qué grado de certeza tienes sobre los pensamientos que escribiste [hacia el candidato y/o su currículum]?', desde 0 ('poca certeza') hasta 10 ('muchísima certeza'), y '¿Qué grado de confianza tienes sobre esos pensamientos?', desde 0 ('poca confianza') hasta 10 ('muchísima confianza'). Los otros dos ítems midieron la validación afectiva: 'En general, ¿cuánto te gustan los pensamientos que has generado?', desde 0 ('me gustan poco') hasta 10 ('me gustan mucho'), y '¿En qué medida esos pensamientos te hacen sentir bien o mal?', desde 0 ('me hacen sentir muy mal') hasta 10 ('me hacen sentir muy bien').

Sobre estas medidas, se realizó un análisis de componentes principales sobre la matriz de covarianzas usando rotación oblimin directa. Los resultados revelaron un primer componente que explicaba el 62.95% de la varianza (los dos ítems de validación afectiva) y un segundo componente que explicaba el 26.01% de la varianza (los dos ítems de validación cognitiva; véase Tabla 1). En consecuencia, se crearon dos índices diferentes de validación promediando los dos ítems de cada tipo de validación: cognitiva ($M = 7.63$; $DE = 1.93$) y afectiva ($M = 6.34$; $DE = 2.19$). Puntuaciones más altas indican una mayor validez de los pensamientos (i.e., validación cognitiva o validación afectiva).

Actitudes. Las actitudes de los participantes se midieron utilizando 10 ítems de nueve puntos (1–9) basados en la técnica de diferencial semántico (referidos al candidato), además de dos ítems tipo Likert de nueve puntos (referidos al currículum). Estos ítems fueron adaptados de investigaciones anteriores sobre actitudes (e.g., Horcajo et al.,

Tabla 1. Matriz de estructura y saturaciones por componente de los ítems de validez del pensamiento.

	Componente 1	Componente 2
Agrado	.942	.373
Sentirse bien/mal	.903	.360
Certeza	.384	.972
Confianza	.386	.967

Nota: Método de extracción: análisis de componentes principales. Método de rotación: oblimin con normalización Kaiser.

2022): 'No me gusta' – 'me gusta', 'poco atractivo' – 'muy atractivo', 'poco interesante' – 'muy interesante', 'poca utilidad' – 'muchísima utilidad', 'indeseable' – 'deseable', 'poco recomendable' – 'muy recomendable', 'malo' – 'bueno', 'negativo' – 'positivo', 'poco competitivo' – 'muy competitivo', 'poco completo' – 'muy completo'. Además: 'En general, me ha parecido un buen currículum' y 'Me ha parecido un currículum adecuado para el puesto de trabajo' ('muy en desacuerdo' – 'muy de acuerdo'). Las puntuaciones en estos doce ítems mostraron una alta consistencia interna ($\alpha = .98$). Además, se realizó un análisis de dimensionalidad con los tres métodos que han mostrado mejor ejecución en distintos contextos y todos identificaron un único factor.¹ Por tanto, se creó un índice de actitudes con el promedio de todos los ítems. Puntuaciones más altas en este índice indican actitudes más favorables hacia el candidato y/o su currículum ($M = 6.09$; $DE = 2.29$).

Expectativas de comportamiento organizacional. Se midieron también las expectativas que se formaron los participantes sobre el comportamiento organizacional del candidato en el puesto de trabajo al que optaba. Se eligieron tres criterios muy relevantes en la psicología de las organizaciones (véase, e.g., Gil & Alcover, 2003; Neuber et al., 2022; Verquer et al., 2003): Desempeño, adaptación al puesto y compromiso. Se utilizaron los siguientes ítems: '¿Cuál crees que sería el rendimiento del candidato en ese puesto?' ('bajo rendimiento' – 'alto rendimiento'), '¿Cómo crees que sería la adaptación del candidato a ese puesto?' ('poco adaptado' – 'muy adaptado') y '¿Cuál crees

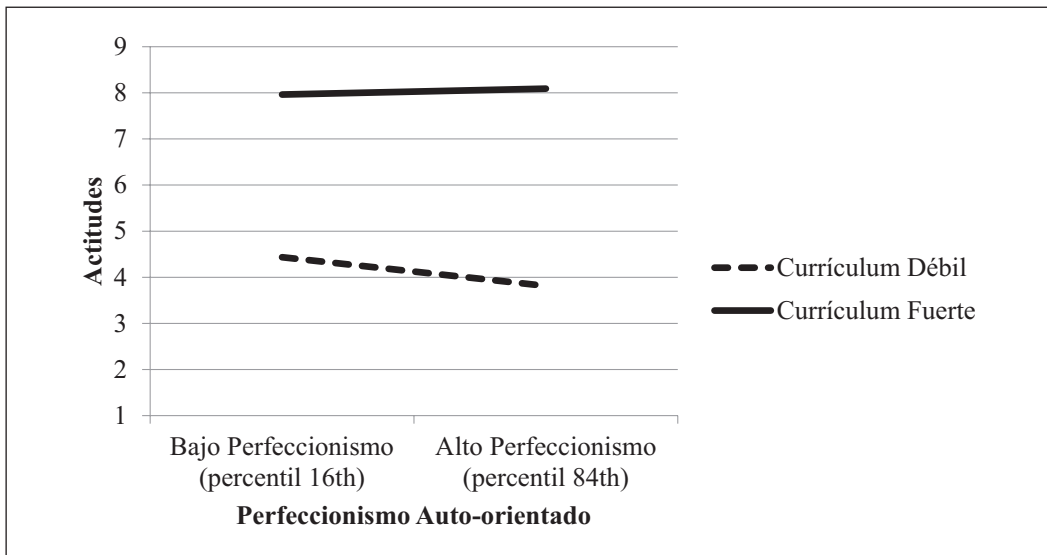


Figura 2. Actitudes en función del perfeccionismo auto-orientado y la calidad del currículum.

que sería el grado de compromiso organizacional del candidato con la empresa en ese puesto?’ (‘poco comprometido’ – ‘muy comprometido’). Las puntuaciones en estas escalas de nueve puntos (1–9) mostraron una alta consistencia interna ($\alpha = .88$). Además, se realizó un análisis de componentes principales sobre la matriz de covarianzas usando rotación oblimin directa, en el que apareció un único componente que explicaba el 81.33% de la varianza. En consecuencia, se promediaron las respuestas a los tres ítems creando un único índice de expectativas de comportamiento organizacional ($M = 6.33$; $DE = 1.99$).

Análisis de datos

Cada una de las variables criterio/dependientes fue analizada mediante regresión lineal jerárquica en función de los predictores (i.e., calidad del currículum y perfeccionismo), así como su interacción. La calidad del currículum (codificada como: 0 = ‘currículum débil’, 1 = ‘currículum fuerte’) y el perfeccionismo (variable predictora continua) fueron incluidos en el primer paso; la interacción se incluyó en el segundo paso. El perfeccionismo se centró en la media al calcular el

término de interacción. Los efectos principales y la interacción se interpretaron en el primer paso en el que aparecieron en el análisis de regresión (Cohen & Cohen, 1983). Además, la interacción también se analizó utilizando la macro PROCESS para SPSS (modelo 1; $-.5 =$ ‘currículum débil’ y $.5 =$ ‘currículum fuerte’, véase Hayes, 2022; Igartua & Hayes, 2021). Este análisis nos permitió calcular los efectos y las pendientes simples para descomponer e interpretar la interacción, así como realizar las Figuras 2 y 4. Por último, para analizar el modelo de mediación múltiple serial moderada, se utilizó el modelo 89 de PROCESS (Hayes, 2022). Adicionalmente, se reportan las correlaciones entre todas las medidas incluidas en el estudio (Tabla 2).

Resultados²

Favorabilidad de los pensamientos

Hubo un efecto principal significativo de la calidad del currículum sobre la favorabilidad de los pensamientos, $B = 1.19$, $t(263) = 18.99$, $p < .001$, 95% IC [1.068, 1.315], $sr = .758$, que indicó que los participantes que recibieron el currículum

Tabla 2. Correlaciones de las variables medidas en el estudio.

Variable	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. P. auto-orientado	—	.54**	.30**	-.06	.13*	.07	.04	-.03	.004
2. P. socialmente prescrito	.54**	—	.04	-.002	.04	.04	-.02	.04	.04
3. P. orientado a los demás	.30**	.04	—	-.06	.04	.03	.04	-.07	-.05
4. Favorabilidad del pensamiento	-.06	-.002	-.06	—	.18**	.11	.58**	.85**	.76**
5. Percepción de perfección	.13*	.04	.04	.18**	—	.55**	.47**	.15*	.09
6. Validación cognitiva	.07	.04	.03	.11	.55**	—	.40**	.13*	.07
7. Validación afectiva	.04	-.02	.04	.58**	.47**	.40**	—	.54**	.46**
8. Actitudes	-.03	.04	-.07	.85**	.15*	.13*	.54**	—	.90**
9. Expectativas de comportamiento organizacional	.004	.04	-.05	.76**	.09	.07	.46**	.90**	—

Nota: Todas las correlaciones han sido calculadas con el total de la muestra ($N=267$); ** $p < .01$, * $p < .05$

fuerte mostraron pensamientos significativamente más favorables ($M=.82$; $DE=.35$) que los participantes que recibieron el currículum débil ($M=-.37$; $DE=.64$).³ Este resultado mostró que la manipulación de la calidad del currículum fue exitosa. No hubo efectos significativos del perfeccionismo auto-orientado, $B=-.06$, $t(263)=-1.90$, $p=.058$, 95% $IC [-.123, .002]$, $sr=-.076$, ni de la interacción, $B=.12$, $t(262)=1.82$, $p=.070$, 95% $IC [-.010, .240]$, $\Delta R^2=.005$.⁴

Percepción de perfección de los pensamientos

De acuerdo con nuestra hipótesis (H1), se encontró un efecto principal significativo del perfeccionismo auto-orientado sobre la percepción de perfección de los pensamientos, $B=.32$, $t(263)=2.12$, $p=.035$, 95% $IC [.023, .615]$, $sr=.128$. También se encontró un efecto principal significativo no predicho de la calidad del currículum, $B=.75$, $t(263)=2.52$, $p=.012$, 95% $IC [.164, 1.333]$, $sr=.152$, indicando que los participantes de la condición de currículum fuerte mostraron una percepción de perfección mayor ($M=5.03$; $DE=2.34$) que los participantes de la condición de currículum débil ($M=4.27$; $DE=2.54$). No hubo efecto significativo de la interacción, $B=-.56$, $t(262)=-1.86$, $p=.064$, 95% $IC [-1.150, .032]$, $\Delta R^2=.012$.

Validez de los pensamientos

Aunque no fue hipotetizado, se encontró un efecto principal significativo de la calidad del currículum sobre el índice de la validación cognitiva del pensamiento, $B=.67$, $t(263)=2.87$, $p=.004$, 95% $IC [.210, 1.128]$, $sr=.173$, indicando que los participantes que recibieron el currículum fuerte percibieron una mayor validez (i.e., confianza y certeza) en sus pensamientos ($M=7.97$; $DE=1.66$) que aquellos que recibieron el currículum débil ($M=7.30$; $DE=2.13$). No se encontró un efecto principal significativo del perfeccionismo auto-orientado, $B=.13$, $t(263)=1.11$, $p=.269$, 95% $IC [-.102, .363]$, $sr=.067$. Además, se encontró un efecto de la interacción no hipotetizado en el límite de la significación estadística, $B=-.47$, $t(262)=-1.98$, $p=.049$, 95% $IC [-.931, -.003]$, $\Delta R^2=.014$.

Respecto al índice de la validación afectiva del pensamiento, se encontró un efecto principal significativo de la calidad del currículum, $B=2.27$, $t(263)=9.85$, $p<.001$, 95% $IC [1.815, 2.722]$, $sr=.518$, indicando que los participantes que recibieron el currículum fuerte percibieron una mayor validez en sus pensamientos (i.e., les gustaron más y se sentían mejor con ellos, $M=7.47$; $DE=1.61$) que aquellos que recibieron el currículum débil ($M=5.19$; $DE=2.12$). No se encontró un efecto principal significativo del

perfeccionismo auto-orientado, $B = .07$, $t(263) = .602$, $p = .548$, 95% IC [-.159, .300], $sr = .032$, ni de la interacción, $B = .24$, $t(262) = 1.006$, $p = .315$, 95% IC [-.225, .696], $\Delta R^2 = .003$.

Actitudes

Se encontró un efecto principal significativo de la calidad del currículum sobre las actitudes, $B = 3.90$, $t(263) = 26.44$, $p < .001$, 95% IC [3.611, 4.192], $sr = .852$, indicando que los participantes que recibieron el currículum fuerte mostraron unas actitudes más favorables ($M = 8.03$; $DE = .81$) que los participantes que recibieron el currículum débil ($M = 4.13$; $DE = 1.51$). No se encontró un efecto principal significativo del perfeccionismo auto-orientado, $B = -.10$, $t(263) = -1.40$, $p = .164$, 95% IC [-.251, .043], $sr = -.045$. Más importante para la presente investigación, como se hipotetizó (H2), se encontró un efecto significativo de la interacción, $B = .37$, $t(262) = 2.46$, $p = .015$, 95% IC [.072, .657], $\Delta R^2 = .006$ (véase Figura 2).^{5,6}

La interacción mostró que, entre los participantes que obtuvieron puntuaciones altas en perfeccionismo auto-orientado (i.e., percentil 84), aquellos asignados a la condición de currículum fuerte mostraron actitudes significativamente más favorables que aquellos asignados a la condición de currículum débil, $B = 4.28$, $t(263) = 20.21$, $p < .001$, 95% IC [3.861, 4.695]. Sin embargo, entre los participantes que obtuvieron puntuaciones bajas en perfeccionismo auto-orientado (i.e., percentil 16), hubo una menor diferencia entre ambas condiciones del currículum, aunque también fue significativa, $B = 3.53$, $t(263) = 16.71$, $p < .001$, 95% IC [3.112, 3.943].⁷

Análisis del modelo de mediación múltiple serial moderada sobre las actitudes

Para analizar la mediación múltiple serial moderada que hipotetizamos (H3), se utilizó la macro PROCESS para SPSS (modelo 89, utilizando 10,000 muestras de bootstrap para generar intervalos de confianza del 95%; véase Hayes, 2022). Este modelo permite una estimación de los efectos

indirectos (condicionales) del perfeccionismo auto-orientado sobre las actitudes a través de la percepción de perfección de los pensamientos (como un primer mediador) y la validez de los pensamientos (como un segundo mediador), en los diferentes niveles de la variable moderadora (i.e., currículum fuerte vs. débil), actuando esta última como moderadora en la relación entre (a) el perfeccionismo auto-orientado y las actitudes, (b) la percepción de perfección de los pensamientos y las actitudes, y (c) la validez de los pensamientos y las actitudes.

Este modelo se analizó separadamente para la validación cognitiva y la validación afectiva.

Validación cognitiva. Utilizando como segundo mediador la medida de la validación cognitiva de los pensamientos, los resultados revelaron que el intervalo de confianza del índice de mediación moderada no incluyó el valor 0, $B = .03$, $SE = .02$, 95% IC [.004, .077]; por tanto, los resultados apoyaron el modelo propuesto (H3; véase Figura 3). Los resultados mostraron el patrón que se esperaba para las dos condiciones del moderador: Entre los participantes de la condición de currículum fuerte, a mayor validación cognitiva, actitudes más favorables. Esto es lo esperado porque, en esta condición, los participantes generaron pensamientos mayoritariamente favorables. Asimismo, entre los participantes de la condición de currículum débil, a mayor validación cognitiva, actitudes más desfavorables, lo que también es consistente con nuestra predicción porque, en esta condición, los participantes generaron pensamientos mayoritariamente desfavorables (véase Materiales Suplementarios para detalles adicionales).

Validación afectiva. Utilizando como segundo mediador la medida de la validación afectiva de los pensamientos, los resultados revelaron que el intervalo de confianza del índice de mediación moderada incluyó el valor 0, $B = -.01$, $SE = .01$, 95% IC [-.050, .008]; por tanto, los resultados no apoyaron este modelo para la validación afectiva de los pensamientos.⁸

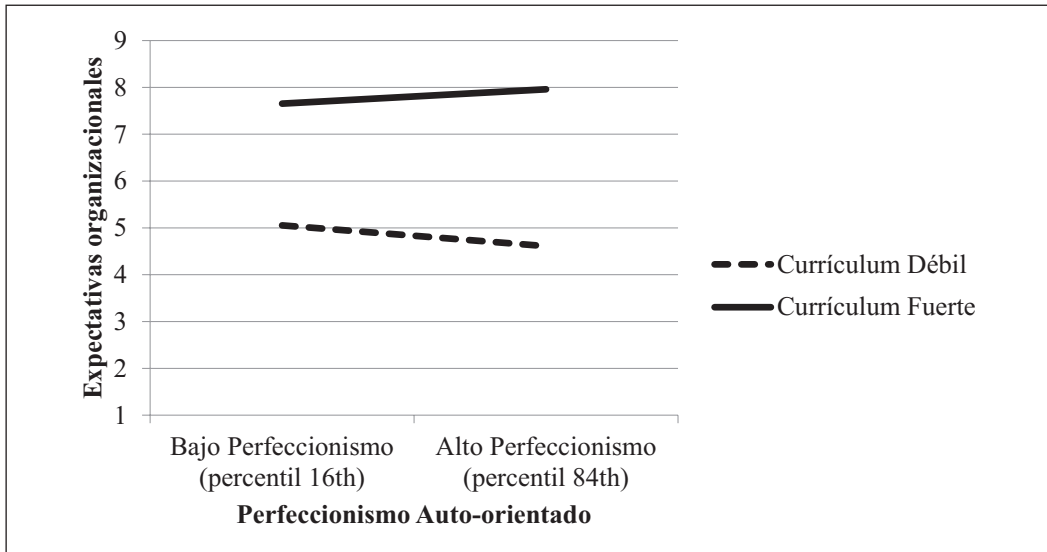


Figura 4. Expectativas de comportamiento organizacional en función del perfeccionismo auto-orientado y la calidad del currículum.

hipotetizado, este resultado ocurrió mediante el efecto indirecto que el perfeccionismo auto-orientado tuvo a través de la percepción de perfección de los pensamientos. Es decir, los resultados apoyaron que, cuanto mayor es el perfeccionismo auto-orientado de un individuo, mayor es la percepción meta-cognitiva que tiene de que sus pensamientos son perfectos. Como consecuencia, mayor es la confianza y la certeza que ese individuo tiene en sus pensamientos (i.e., validación cognitiva) y, por ello, influyen más sobre la formación de sus actitudes. En consonancia con la teoría de la auto-validación (Briñol & Petty, 2022), el modelo de mediación múltiple serial moderada mostró que este proceso de mediación lleva a actitudes más favorables cuando los pensamientos que se validan son favorables, en respuesta al currículum fuerte de un candidato a un puesto de trabajo en un contexto experimental de selección de personal; pero lleva a actitudes más desfavorables cuando se validan pensamientos desfavorables derivados del currículum débil.

Aún más relevante para el ámbito de la psicología organizacional, los participantes también se formaron expectativas sobre el candidato

respecto a su futuro desempeño profesional, su adaptación al puesto y su compromiso organizacional mediante el mismo proceso psicológico. Al igual que ocurrió con las actitudes, se encontró que, a través del efecto indirecto de la percepción de perfección y la validez cognitiva de los pensamientos, cuanto mayor fue el perfeccionismo auto-orientado, mayores expectativas de comportamiento organizacional cuando se validaron pensamientos favorables (i.e., condición de currículum fuerte) y menores expectativas cuando se validaron pensamientos desfavorables (i.e., condición de currículum débil).

Los resultados del presente estudio también contribuyen a la investigación sobre auto-validación porque, por primera vez, se muestra que una variable de diferencias individuales como el perfeccionismo auto-orientado puede influir en la auto-validación de los pensamientos mediante la percepción de su perfección y, como consecuencia, determinar las actitudes y las expectativas de comportamiento en el ámbito organizacional. De forma novedosa, el presente estudio hipotetizó y encontró que el efecto del perfeccionismo auto-orientado sobre la validación cognitiva de los

pensamientos ocurrió de un modo indirecto (i.e., a través de la percepción de su perfección) y sin necesidad de que intervinieran otras variables como algunas características del emisor (e.g., atractivo o credibilidad, véase Evans & Clark, 2012). Es decir, no fue necesario que se produjera un encaje (i.e., *matching*) entre las características del emisor y el grado de perfeccionismo auto-orientado de los receptores para que se produjera un proceso de auto-validación de los pensamientos. Nuestro hallazgo se asemeja más al patrón de resultados encontrado por Santos et al. (2019) con respecto a la autoestima. Sin embargo, el presente estudio hace contribuciones más claras en comparación con la investigación previa sobre autoestima porque esta incluyó otras condiciones experimentales adicionales (i.e., vender vs. comprar pensamientos), además de manipular la favorabilidad de los pensamientos (i.e., positivos vs. negativos); a la vez que la interacción encontrada entre autoestima y favorabilidad de los pensamientos sobre las actitudes hacia la comida rápida fue 'marginamente significativa' y tampoco se aportó evidencia empírica de la mediación para ese efecto. Por ello, futuros estudios deberían examinar y replicar ese patrón de resultados encontrado con la autoestima, incluyendo nuevas muestras de participantes y analizando específicamente esa predicción. No obstante, la investigación de Santos et al. (2019) y el presente estudio avanzan, conjuntamente, la literatura sobre auto-validación al mostrar que algunas variables de diferencias individuales del receptor de la persuasión pueden influir sobre el proceso de la auto-validación de los pensamientos.

A pesar de las contribuciones señaladas, el presente estudio tiene algunas limitaciones importantes. En primer lugar, este estudio no permitió establecer las condiciones en las que otras dimensiones del perfeccionismo podrían influir sobre las actitudes y las expectativas de comportamiento. Hipotéticamente, nosotros proponemos que esas dimensiones también pueden influir en la persuasión; pero lo harían en otras condiciones y a través de otros procesos, o incluso a través de la auto-validación en condiciones distintas a las establecidas en este estudio. Por

ejemplo, no consideramos que pudiéramos plantear una hipótesis clara respecto a que el perfeccionismo socialmente prescrito influyera sobre la validación del pensamiento y el consecuente cambio de actitudes y expectativas. Sin embargo, dado que esta dimensión de perfeccionismo conlleva una fuerte preocupación por alcanzar altas expectativas externamente impuestas, sugerimos que se podrían crear las condiciones necesarias para que los altos en esta dimensión perciban una fuerte amenaza por parte de otras personas (e.g., mediante un falso *feedback* sobre su desempeño en una tarea). De esta forma, podría ocurrir un tipo de auto-validación que ha sido recientemente propuesto: la auto-validación compensatoria (Horcajo et al., 2022; véase también, Moreno et al., 2023). Pero no se establecieron tales condiciones en el presente estudio y, por ello, se analizaron los posibles efectos de esta dimensión del perfeccionismo de un modo exploratorio. Los resultados no mostraron ningún efecto significativo de esta dimensión ni de su interacción con la calidad del currículum.

En el mismo sentido, con respecto al perfeccionismo orientado a los demás, sugerimos que puede tener efectos sobre las actitudes y las expectativas que las personas se forman hacia otros (por ejemplo, en un proceso de selección de personal) al implicar la imposición a los demás de estándares de perfección extremadamente altos o irreales. Sin embargo, tampoco consideramos que pudiéramos plantear a priori una predicción clara sobre una mayor o menor validación de los pensamientos generados hacia otra persona (i.e., un candidato a un puesto de trabajo) en función de esta dimensión del perfeccionismo. Los resultados tampoco mostraron ningún efecto significativo de esta dimensión ni de su interacción con la calidad del currículum. Por tanto, los estudios futuros tendrán que determinar las condiciones bajo las que estas dimensiones del perfeccionismo pueden influir en el cambio de actitudes a través de la auto-validación u otros procesos de persuasión, en el ámbito organizacional y otros contextos. En este sentido, la investigación futura podría beneficiarse de algunas consideraciones más recientes sobre el perfeccionismo que

sugieren que, de acuerdo con los resultados de análisis factoriales, las diversas dimensiones de perfeccionismo propuestas por diversos autores pueden agruparse en dos factores de orden superior: *esfuerzos perfeccionistas* (i.e., *perfectionistic strivings*) y *preocupaciones perfeccionistas* (i.e., *perfectionistic concerns*; Bieling et al., 2004; Frost et al., 1993; Stoeber & Damian, 2014). El perfeccionismo auto-orientado se encuentra dentro del factor de esfuerzos perfeccionistas; mientras que el perfeccionismo socialmente prescrito se encuentra dentro del factor de preocupaciones perfeccionistas (Bieling et al., 2004). Este modelo de dos factores configura un marco conceptual que sirve de guía para comprender las diferentes relaciones que muestran las distintas dimensiones del perfeccionismo (Stoeber, 2018) y que puede resultar muy útil para la investigación futura en persuasión. De hecho, futuros estudios deberían examinar los efectos del perfeccionismo sobre la formación y el cambio de actitudes mediante otros procesos psicológicos en otras condiciones de elaboración, en consonancia con el Modelo de Probabilidad de Elaboración (Petty & Cacioppo, 1986).

En segundo lugar, la investigación futura tendrá que esclarecer el papel de algunos moderadores ya estudiados en estudios previos sobre la auto-validación (e.g., la elaboración, el significado que se le da a la perfección, etc.; véase Briñol & Petty, 2022, para una revisión), así como otros moderadores nuevos que se propongan. De hecho, otra limitación importante del presente estudio fue que la elaboración no se midió como en investigaciones previas en persuasión (por ejemplo, mediante un constructo como la necesidad de cognición, véase, e.g., Cárdbaba et al., 2013; Horcajo & Mateos, 2024; Horcajo et al., 2019) ni se manipuló (por ejemplo, mediante variaciones experimentales de la relevancia personal o de la capacidad para pensar, véase, e.g., Cárdbaba et al., 2014; Horcajo & De La Vega, 2014; Horcajo & Luttrell, 2016), sino que, presumiblemente, fue constantemente alta entre los participantes, al fomentarse una alta relevancia o implicación personal (véase Horcajo et al., 2022, para una asunción similar). Relacionado con esta limitación, la cantidad de pensamientos que los participantes

enumeraron en respuesta al currículum fue analizada como variable dependiente para descartar una explicación basada en la elaboración que resultara alternativa a la explicación propuesta de la auto-validación. Los resultados indicaron que el perfeccionismo auto-orientado no tuvo un efecto significativo sobre la cantidad de pensamientos. Este resultado, junto con los hallazgos del modelo de mediación múltiple serial moderada, hacen poco plausible una explicación basada en la elaboración. No obstante, futuros estudios deberán también analizar en qué condiciones el perfeccionismo podría influir en la persuasión mediante efectos sobre la elaboración.

De especial interés para la investigación futura será también analizar en qué condiciones el perfeccionismo (en cualquiera de sus dimensiones) operaría mediante un proceso de validación afectiva. En el presente estudio, nuestros resultados apoyaron solamente un proceso de validación cognitiva. Esto es, la percepción de perfección influyó en la certeza y la confianza en los pensamientos, usándose más estos pensamientos al formarse las actitudes y las expectativas organizacionales. Sin embargo, cuando se analizaron las medidas de la validación afectiva, no se encontró apoyo empírico para el proceso de mediación hipotetizado. Futuras investigaciones deberían replicar este resultado, así como establecer las condiciones en las que es más probable que actúe cada tipo de validación (véase Briñol & Petty, 2022).

Por último, este estudio muestra que el perfeccionismo auto-orientado de potenciales seleccionadores de personal puede influir en las actitudes y las expectativas que se forman hacia los candidatos a un puesto de trabajo a través de un proceso de auto-validación. Por tanto, estos hallazgos son relevantes no solo para la investigación, sino también para su aplicación en contextos de selección de personal. De hecho, en el ámbito de la selección de personal, se utilizan medidas de personalidad de los candidatos (como las relacionadas con los cinco grandes factores de la personalidad o con el propio perfeccionismo, entre otras) puesto que esas medidas pueden utilizarse como indicadores de encaje con el perfil

buscado para el puesto y, en general, como predictores de comportamiento organizacional (Rothstein & Goffin, 2006). Sin embargo, el presente estudio muestra que también la personalidad de los seleccionadores (i.e., el perfeccionismo auto-orientado) puede desempeñar un papel relevante en la formación de actitudes y expectativas de comportamiento organizacional hacia los candidatos. En concreto, los resultados sugieren que el perfeccionismo auto-orientado de los seleccionadores podría llevarlos a tomar decisiones relativamente sesgadas en el contexto de la selección de personal, a través de la percepción de perfección de sus propios pensamientos y un proceso de auto-validación. Puesto que el objetivo de los procesos de selección de personal es elegir al candidato idóneo, evitando tomar decisiones que, en la medida de lo posible, se puedan ver afectadas por la subjetividad y el sesgo, la presente investigación advierte de la necesidad de que los seleccionadores de personal sean conocedores de los efectos que su perfeccionismo auto-orientado puede tener en la formación de sus actitudes y expectativas hacia los candidatos, así como también se pone de manifiesto la necesidad de trabajar en estrategias cognitivas y meta-cognitivas para la corrección del sesgo (véase Horcajo et al., 2009, para una discusión).

En conclusión, a pesar de tener ciertas limitaciones, la presente investigación hace contribuciones relevantes al entendimiento de los efectos del perfeccionismo auto-orientado sobre la persuasión, desde un punto de vista científico y aplicado, así como sugiere nuevas líneas de investigación y aplicación futuras.

Notas

1. El análisis de dimensionalidad se realizó mediante: el método de Hull (con método de extracción de mínimos cuadrados no ponderados e índice de ajuste CAF), un análisis gráfico exploratorio (EGA; basado en un modelo gráfico gaussiano con el algoritmo de Louvain y 500 replicaciones) y el análisis paralelo (el análisis paralelo con extracción de componentes principales, permutación de columnas, correlaciones de Pearson y el criterio de autovalor medio; e.g., Golino et al., 2020; Lorenzo-Seva et al., 2011; Nájera et al., 2023).
2. Cuando se efectuó el análisis de regresión con cada una de las dimensiones de *perfeccionismo orientado a los demás* y *perfeccionismo socialmente prescrito* como predictor, además de la calidad del currículum y su interacción, los resultados no mostraron ningún efecto significativo de los que fueron hipotetizados para el perfeccionismo auto-orientado. Por ello, a continuación, solo se reportan los resultados con el perfeccionismo auto-orientado, junto con la calidad del currículum, como variables predictoras/independientes.
3. Se informa de los coeficientes beta no estandarizados. A su vez, se reportan las correlaciones semiparciales como estimación del tamaño del efecto.
4. Para descartar una explicación alternativa de nuestros resultados basada en la elaboración (i.e., cantidad de pensamiento), se realizó el mismo análisis de regresión con el número total de pensamientos que los participantes listaron como variable dependiente. Los resultados mostraron que el efecto principal del perfeccionismo auto-orientado no fue significativo, $B = .20$, $t(263) = 1.31$, $p = .193$, 95% IC [-.103, .506]. Tampoco se encontró un efecto principal significativo de la calidad del currículum, $B = .26$, $t(263) = .83$, $p = .406$, 95% IC [-.348, .857], ni un efecto significativo de la interacción, $B = -.13$, $t(263) = -.42$, $p = .677$, 95% IC [-.744, .484].
5. Para interpretar la interacción, se utilizó la técnica *pick a point*. Siguiendo la recomendación de Hayes (2022, pp. 249–253), escogimos la selección de los percentiles 16 y 84.
6. Se realizó un análisis de potencia a posteriori para el efecto de la interacción sobre las actitudes. A partir de la $R^2(\text{modelo } 1) = .726$ y de la $R^2(\text{modelo } 2) = .732$, se obtuvo un tamaño del efecto $f^2 = .0224$. Con este tamaño del efecto y los parámetros del estudio, la potencia estadística observada fue de .68.
7. Además, la interacción hipotetizada mostró que los participantes de la condición de currículum débil se formaron actitudes más desfavorables cuanto mayor era su puntuación en perfeccionismo auto-orientado, $B = -.30$, $t(263) = -2.76$, $p = .006$, 95% IC [-.518, -.087]. No se encontró la tendencia opuesta de forma significativa en los participantes de la condición de currículum fuerte, $B = .06$, $t(263) = .62$, $p = .536$, 95% IC [-.135, .259].

8. Cuando se invirtió el orden de los mediadores en el modelo, los índices de mediación moderada incluyeron el valor 0, tanto para la validación cognitiva, $B = .01$, $SE = .01$, 95% $IC [-.090, .038]$, como para la validación afectiva, $B = .01$, $SE = .02$, 95% $IC [-.022, .044]$; por tanto, se descarta esta dirección de la mediación como plausible. Estos resultados tampoco apoyaron una mediación única por parte de uno solo de los dos mediadores (véase Materiales Suplementarios).
9. A partir de la $R^2(\text{modelo } 1) = .561$ y de la $R^2(\text{modelo } 2) = .569$, se obtuvo un tamaño del efecto $f^2 = .0186$ para la interacción sobre las expectativas de comportamiento. La potencia estadística observada fue de .60.
10. Además, la interacción hipotetizada mostró que los participantes de la condición de currículum débil tendieron a formarse expectativas de comportamiento organizacional menores cuanto mayor era su puntuación en perfeccionismo autoorientado, $B = -.21$, $t(263) = -1.79$, $p = .075$, 95% $IC [-.453, .022]$, aunque este efecto no alcanzó la significación estadística. No se encontró la tendencia opuesta de forma significativa en los participantes de la condición de currículum fuerte, $B = .15$, $t(263) = 1.36$, $p = .176$, 95% $IC [-.068, .367]$.


Declaration of conflicting interests / Declaración de conflicto de intereses


The author(s) declared no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship, and/or publication of this article. / *El (Los) autor(es) declara(n) que no existen posibles conflictos de intereses con respecto a la investigación, autoría y/o publicación de este artículo.*

Funding / Financiación

This study was funded by the Ministry of Science and Innovation (Spain) [Grant number: PID2020-116651GB-C33 / AEI/10.13039/501100011033]. Additionally, the first author received funding from the Ministry of Science and Innovation (Spain, University Professor Training Programme) [Grant number: FPU18/04053]. / *Esta investigación fue financiada por el Ministerio de Ciencia e Innovación (Spain) [Grant number: PID2020-116651GB-C33 / AEI/10.13039/501100011033]. Además, el primer autor recibió financiación del Ministerio de Ciencia e Innovación (España, Programa de Formación de Profesorado Universitario, Número de subvención: FPU18/04053).*

ORCID iDs

Rafael Gil  <https://orcid.org/0000-0002-8097-3771>

Javier Horcajo  <https://orcid.org/0000-0001-6252-1096>

Supplemental material / Material suplementario

Supplemental material for this article is available online. / *El material suplementario de este artículo está disponible online.*

References / Referencias

- Bieling, P. J., Israeli, A. L., & Antony, M. M. (2004). Is perfectionism good, bad, or both? Examining models of the perfectionism construct. *Personality and Individual Differences*, 36(6), 1373–1385. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(03\)00235-6](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(03)00235-6)
- Blanco, A., Horcajo, F. J., & Sánchez, F. (2017). *Cognición social*. Pearson.
- Briñol, P., & Petty, R. E. (2019). The impact of individual differences on attitudes and attitude change. In D. Albarracín & B. T. Johnson (Eds.), *Handbook of attitudes* (2nd ed., Vol. 1, pp. 520–556). Routledge.
- Briñol, P., & Petty, R. E. (2022). Self-validation theory: An integrative framework for understanding when thoughts become consequential. *Psychological Review*, 129(2), 340–367. <https://doi.org/10.1037/rev0000340>
- Briñol, P., Petty, R. E., & Barden, J. (2007). Happiness versus sadness as a determinant of thought confidence in persuasion: A self-validation analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(5), 711–727. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.93.5.711>
- Briñol, P., Petty, R. E., Stavraki, M., Lamprinakos, G., Wagner, B., & Díaz, D. (2018). Affective and cognitive validation of thoughts: An appraisal perspective on anger, disgust, surprise, and awe. *Journal of Personality and Social Psychology*, 114(5), 693–718. <https://doi.org/10.1037/pspa0000118>
- Cacioppo, J. T., & Petty, R. E. (1981). Social psychological procedures for cognitive response assessment: The thought listing technique. In T. Merluzzi, C. Glass & M. Genest (Eds.), *Cognitive assessment* (pp. 309–342). Guilford.
- Cacioppo, J. T., & Petty, R. E. (1982). The need for cognition. *Journal of Personality and Social Psychology*,

- 42(1), 116–131. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.42.1.116>
- Cárdaba, M. A. M., Briñol, P., Horcajo, J., & Petty, R. E. (2013). The effect of need for cognition on stability of prejudiced attitudes toward South American immigrants. *Psicothema*, 25(1), 73–78. <https://doi.org/10.7334/psicothema2012.107>
- Cárdaba, M. A. M., Briñol, P., Horcajo, J., & Petty, R. E. (2014). Changing prejudiced attitudes by thinking about persuasive messages: Implications for resistance. *Journal of Applied Social Psychology*, 44(5), 343–353. <https://doi.org/10.1111/jasp.12225>
- Chemisquy, S. N. (2018). Revisión teórica sobre el perfil cognitivo del perfeccionismo desadaptativo. *Revista de Investigación Apuntes Universitarios*, 8(1), 16–40. <https://doi.org/10.17162/au.v8i1.177>
- Clark, J. K., & Thiem, K. C. (2015). Group communicators, perceived entitativity, and persuasion: A self-validation analysis. *Journal of Experimental Social Psychology*, 61, 5–11. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2015.06.005>
- Cohen, J., & Cohen, P. (1983). *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Erlbaum.
- Conroy, D. E., Kaye, M. P., & Fifer, A. M. (2007). Cognitive links between fear of failure and perfectionism. *Journal of Rational-Emotive & Cognitive-Behavior Therapy*, 25(4), 237–253. <https://doi.org/10.1007/s10942-007-0052-7>
- DeMarree, K. G., Petty, R. E., Briñol, P., & Xia, J. (2020). Documenting individual differences in the propensity to hold attitudes with certainty. *Journal of Personality and Social Psychology*, 119(6), 1239–1265. <https://doi.org/10.1037/pspa0000241>
- Deuling, J. K., & Burns, L. (2017). Perfectionism and work–family conflict: Self-esteem and self-efficacy as mediator. *Personality and Individual Differences*, 116, 326–330. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.05.013>
- DiBartolo, P. M., Li, C. Y., Averett, S., Skotheim, S., Smith, L. M., Raney, C., & McMillen, C. (2007). The relationship of perfectionism to judgmental bias and psychopathology. *Cognitive Therapy and Research*, 31(5), 573–587. <https://doi.org/10.1007/s10608-006-9112-z>
- Dunkley, D. M., Mandel, T., & Ma, D. (2014). Perfectionism, neuroticism, and daily stress reactivity and coping effectiveness 6 months and 3 years later. *Journal of Counseling Psychology*, 61(4), 616–633. <https://doi.org/10.1037/cou0000036>
- Evans, A. T., & Clark, J. K. (2012). Source characteristics and persuasion: The role of self-monitoring in self-validation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(1), 383–386. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2011.07.002>
- Fairlie, P., & Flett, G. L. (2003, August). Perfectionism at work: Impacts on burnout, job satisfaction, and depression [Paper presentation]. 111th Annual Convention of the American Psychological Association, Toronto, Canada.
- Frost, R. O., Heimberg, R. G., Holt, C. S., Mattia, J. I., & Neubauer, A. L. (1993). A comparison of two measures of perfectionism. *Personality and Individual Differences*, 14(1), 119–126. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(93\)90181-2](https://doi.org/10.1016/0191-8869(93)90181-2)
- Frost, R. O., Marten, P., Lahart, C., & Rosemblate, R. (1990). The dimensions of perfectionism. *Cognitive Therapy and Research*, 14, 449–468. <https://doi.org/10.1007/BF01172967>
- Gascó, M., Briñol, P., Santos, D., Petty, R. E., & Horcajo, J. (2018). Where did this thought come from? A self-validation analysis of the perceived origin of thoughts. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 44(11), 1615–1628. <https://doi.org/10.1177/0146167218775696>
- Gil, F., & Alcover, C. M. (2003). *Introducción a la psicología de las organizaciones*. Alianza.
- Golino, H., Shi, D., Christensen, A. P., Garrido, L. E., Nieto, M. D., Sadana, R., Thiyagarajan, J. A., & Martínez-Molina, A. (2020). Investigating the performance of exploratory graph analysis and traditional techniques to identify the number of latent factors: A simulation and tutorial. *Psychological Methods*, 25(3), 292–320. <https://doi.org/10.1037/met0000255>
- Hayes, A. (2022). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis* (3rd ed.). The Guilford Press.
- Hewitt, P. L., & Flett, G. L. (1991). Perfectionism in the self and social contexts: Conceptualization, assessment, and association with psychopathology. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60(3), 456–470. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.60.3.456>
- Hewitt, P. L., Flett, G. L., Turnbull-Donovan, W., & Mikail, S. F. (1991). The Multidimensional Perfectionism Scale: Reliability, validity, and psychometric properties in psychiatric samples. *Psychological Assessment: A Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 3(3), 464–468. <https://doi.org/10.1037/1040-3590.3.3.464>
- Hill, A. P., & Curran, T. (2016). Multidimensional perfectionism and burnout: A meta-analysis. *Personality and Social Psychology Review*, 20(3), 269–288. <https://doi.org/10.1177/1088868315596286>

- Hill, A. P., Mallinson-Howard, S. H., & Jowett, G. E. (2018). Multidimensional perfectionism in sport: A meta-analytical review. *Sport, Exercise, and Performance Psychology*, 7(3), 235–270. <https://doi.org/10.1037/spy0000125>
- Hochwarter, W. A., & Byrne, Z. S. (2010). The interactive effects of chronic pain, guilt, and perfectionism on work outcomes. *Journal of Applied Social Psychology*, 40(1), 76–100. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2009.00564.x>
- Horcajo, J., Briñol, P., & Becerra, A. (2009). Los efectos de la activación de estereotipos sobre la evaluación de candidatos en un contexto experimental de selección de personal. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 41(2), 349–359.
- Horcajo, J., Briñol, P. A., Paredes, B., Petty, R. E., DeMarree, K. G., & See, Y. H. M. (2022). Polarization of attitudes as a function of mortality salience: A meta-cognitive analysis. *Psicothema*, 34(2), 226–232. <https://doi.org/10.7334/psicothema2021.334>
- Horcajo, J., & De La Vega, R. (2014). Changing doping-related attitudes in soccer players: How can we get stable and persistent changes? *European Journal of Sport Science*, 14(8), 839–846. <https://doi.org/10.1080/17461391.2014.905988>
- Horcajo, J., & Luttrell, A. (2016). The effects of elaboration on the strength of doping-related attitudes: Resistance to change and behavioral intentions. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 38(3), 236–246. <https://doi.org/10.1123/jsep.2015-0316>
- Horcajo, J., & Mateos, R. (2024). The effects of positive versus negative self-talk on vertical jump in soccer players: The moderating role of need for cognition. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 46(2), 73–83. <https://doi.org/10.1123/jsep.2023-0079>
- Horcajo, J., Mateos, R., & Tannion, K. (2024). The interplay between self-talk and body posture on physical performance: Analyzing a moderated serial multiple mediation model. *Psychology of Sport and Exercise*, 70, Article 102534. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2023.102534>
- Horcajo, J., Petty, R. E., & Briñol, P. (2010). The effects of majority versus minority source status on persuasion: A self-validation analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 99(3), 498–512. <https://doi.org/10.1037/a0018626>
- Horcajo, J., Santos, D., Guyer, J. J., & Mateos, R. (2020). A meta-cognitive approach to doping in sports: The effects of thought validation on attitudes related to doping. *Journal of Sports Sciences*, 38(19), 2242–2252. <https://doi.org/10.1080/0264014.2020.1776930>
- Horcajo, J., Santos, D., Guyer, J. J., & Moreno, L. (2019). Changing attitudes and intentions related to doping: An analysis of individual differences in need for cognition. *Journal of Sports Sciences*, 37(24), 2835–2843. <https://doi.org/10.1080/02640414.2019.1665876>
- Igartua, J. J., & Hayes, A. (2021). Mediation, moderation, and conditional process analysis: Concepts, computations, and some common confusions. *The Spanish Journal of Psychology*, 24, Article E49. <https://doi.org/10.1017/SJP.2021.46>
- Lee, K., & Ashton, M. C. (2006). Further assessment of the HEXACO Personality Inventory: Two new facet scales and an observer report form. *Psychological Assessment*, 18(2), 182–191. <https://doi.org/10.1037/1040-3590.18.2.182>
- Lee, K., & Ashton, M. C. (2018). Psychometric properties of the HEXACO-100. *Assessment*, 25(5), 543–556. <https://doi.org/10.1177/1073191116659134>
- Limburg, K., Watson, H. J., Hagger, M. S., & Egan, S. J. (2016). The relationship between perfectionism and psychopathology: A meta-analysis. *Journal of Clinical Psychology*, 73(10), 1301–1326. <https://doi.org/10.1002/jclp.22435>
- Lorenzo-Seva, U., Timmerman, M. E., & Kiers, H. A. (2011). The Hull method for selecting the number of common factors. *Multivariate Behavioral Research*, 46(2), 340–364. <https://doi.org/10.1080/00273171.2011.564527>
- Madigan, D. J. (2019). A meta-analysis of perfectionism and academic achievement. *Educational Psychology Review*, 31(4), 967–989. <https://doi.org/10.1007/s10648-019-09484-2>
- Mandel, T., Dunkley, D. M., & Starrs, C. J. (2018). Self-critical perfectionism, daily interpersonal sensitivity, and stress generation: A four-year longitudinal study. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 40, 701–713. <https://doi.org/10.1007/s10862-018-9673-7>
- Mills, J. S., & Blankstein, K. R. (2000). Perfectionism, intrinsic vs extrinsic motivation, and motivated strategies for learning: A multidimensional analysis of university students. *Personality and Individual Differences*, 29(6), 1191–1204. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(00\)00003-9](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(00)00003-9)
- Miquelon, P., Vallerand, R. J., Grouzet, F. M., & Cardinal, G. (2005). Perfectionism, academic motivation, and psychological adjustment:

- An integrative model. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31(7), 913–924. <https://doi.org/10.1177/0146167204272298>
- Mitchelson, J. K., & Burns, L. R. (1998). Career mothers and perfectionism: Stress at work and at home. *Personality and Individual Differences*, 25(3), 477–485. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(98\)00069-5](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(98)00069-5)
- Moreno, L., Paredes, B., Horcajo, J., Briñol, P., See, M., DeMarree, K. G., & Petty, R. E. (2023). The effects of perceived COVID-19 threat on compensatory conviction, thought reliance, and attitudes. *European Journal of Social Psychology*, 53(6), 1–17. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2976>
- Nájera, P., Sorrel, M. A., & Abad, F. J. (2023). *cdmTools: Useful tools for cognitive diagnosis modeling* (Version 1.0.3) [Computer software]. <https://CRAN.R-project.org/package=cdmTools>
- Neuber, L., Englitz, C., Schulte, N., Forthmann, B., & Holling, H. (2022). How work engagement relates to performance and absenteeism: A meta-analysis. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 31(2), 292–315. <https://doi.org/10.1080/01359432X.2021.1953989>
- Ocampo, A. C. G., Wang, L., Kiazad, K., Restubog, S. L. D., & Ashkanasy, N. M. (2020). The relentless pursuit of perfectionism: A review of perfectionism in the workplace and an agenda for future research. *Journal of Organizational Behavior*, 41(2), 144–168. <https://doi.org/10.1002/job.2400>
- Petty, R. E., & Briñol, P. (2012). The elaboration likelihood model. In P. A. M. Van Lange, A. Kruglanski & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology* (Vol. 1, pp. 224–245). Sage. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n12>
- Petty, R. E., Briñol, P., & Tormala, Z. L. (2002). Thought confidence as a determinant of persuasion: The self-validation hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(5), 722–741. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.5.722>
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion*. Springer.
- Rice, K. G., Ashby, J. S., & Slaney, R. B. (2007). Perfectionism and the five-factor model of personality. *Assessment*, 14(4), 385–398. <https://doi.org/10.1177/1073191107303217>
- Rodríguez-Campayo, M., Rojo-Moreno, L., Ortega Toro, E., & R Sepúlveda García, A. (2009). Adaptación de la escala multidimensional de perfeccionismo a estudiantes universitarios Españoles [Validation of the Multidimensional Perfectionism Scale: Assessment of perfectionism in Spanish university students]. *Ansiedad y Estrés*, 15(1), 13–27.
- Rothstein, M. G., & Goffin, R. D. (2006). The use of personality measures in personnel selection: What does current research support? *Human Resource Management Review*, 16(2), 155–180. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2006.03.004>
- Santos, D., Briñol, P., Petty, R. E., Gascó, M., Horcajo, J., & Gandarillas, B. (2019). Separating thoughts from the self by selling them to others: The moderating role of self-esteem. *Revista de Psicología Social*, 34(3), 506–534. <https://doi.org/10.1080/02134748.2019.1649891>
- Santos, D., Horcajo, J., Gil, R., & Guyer, J. (2024). Changing attitudes regarding a pro-environmental proposal about solar power: The self-validating role of ingroup versus outgroup sources. *Psicothema*, 36(1), 46–54. <https://doi.org/10.7334/psicothema2022.502>
- Seo, E. H. (2008). Self-efficacy as a mediator in the relationship between self-oriented perfectionism and academic procrastination. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 36(6), 753–764. <https://doi.org/10.2224/sbp.2008.36.6.753>
- Sherry, S. B., Hewitt, P. L., Sherry, D. L., Flett, G. L., & Graham, A. R. (2010). Perfectionism dimensions and research productivity in psychology professors: Implications for understanding the (mal) adaptiveness of perfectionism. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 42(4), 273–283. <https://doi.org/10.1037/a0020466>
- Smith, M. M., Sherry, S. B., Chen, S., Saklofske, D. H., Mushquash, C., Flett, G. L., & Hewitt, P. L. (2018). The perniciousness of perfectionism: A meta-analytic review of the perfectionism-suicide relationship. *Journal of Personality*, 86(3), 522–542. <https://doi.org/10.1111/jopy.12333>
- Snyder, M. (1974). *Self-Monitoring Scale (SM)* [Database record]. APA PsycTests. <https://doi.org/10.1037/t01087-000>
- Stairs, A. M., Smith, G. T., Zapolski, T. C., Combs, J. L., & Settles, R. E. (2012). Clarifying the construct of perfectionism. *Assessment*, 19(2), 146–166. <https://doi.org/10.1177/1073191111411663>
- Stoeber, J. (2014). How other-oriented perfectionism differs from self-oriented and socially prescribed perfectionism. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 36, 329–338. <https://doi.org/10.1007/s10862-013-9397-7>
- Stoeber, J. (2018). *The psychology of perfectionism: Theory, research, applications*. Routledge.

- Stoeber, J., & Damian, L. E. (2014). The Clinical Perfectionism questionnaire: Further evidence for two factors capturing perfectionistic strivings and concerns. *Personality and Individual Differences*, 61–62, 38–42. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.003>
- Stoeber, J., Kobori, O., & Tanno, Y. (2010). The Multidimensional Perfectionism Cognitions Inventory—English (MPCI-E): Reliability, validity, and relationships with positive and negative affect. *Journal of Personality Assessment*, 92(1), 16–25. <https://doi.org/10.1080/00223890903379159>
- Stoeber, J., & Otto, K. (2006). Positive conceptions of perfectionism: Approaches, evidence, challenges. *Personality and Social Psychology Review*, 10(4), 295–319. https://doi.org/10.1207/s15327957pspr1004_2
- Tormala, Z. L., Briñol, P., & Petty, R. E. (2007). Multiple roles for source credibility under high elaboration: It's all in the timing. *Social Cognition*, 25(4), 536–552. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1521/soco.2007.25.4.536>
- Verquer, M. L., Beehr, T. A., & Wagner, S. H. (2003). A meta-analysis of relations between person–organization fit and work attitudes. *Journal of Vocational Behavior*, 63(3), 473–489. [https://doi.org/10.1016/S0001-8791\(02\)00036-2](https://doi.org/10.1016/S0001-8791(02)00036-2)
- Wu, T. F., & Wei, M. (2008). Perfectionism and negative mood: The mediating roles of validation from others versus self. *Journal of Counseling Psychology*, 55(2), Article 276. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.55.2.276>