

Avaliação da personalidade e redes sociais: uma proposta de integração

Mauro de Oliveira Magalhães¹, Fernanda de Souza Brito
Universidade Federal da Bahia, Salvador-BA, Brasil

RESUMO

Este estudo teórico explora possibilidades de articulação entre a avaliação da personalidade e a análise de redes sociais. A visão socioteológica da personalidade recomenda que a avaliação psicológica leve em consideração a distinção entre identidade (como o indivíduo se percebe) e reputação (como o indivíduo é percebido por seus pares). A avaliação psicológica da personalidade tem-se baseado em depoimentos de respondentes de instrumentos psicológicos categorizados entre psicométricos e expressivos. Argumenta-se que essas medidas revelam diferentes componentes da identidade, mas que a reputação deve ser investigada no relato de observadores. Defende-se que a análise de redes sociais é uma forma de avaliação da reputação que oferece validade incremental aos processos clássicos de avaliação da personalidade. Conclui-se que esta é uma linha promissora de investigação e construção teórica, com potencial de impacto sobre a prática psicológica.

Palavras-chave: redes sociais; avaliação psicológica; personalidade.

ABSTRACT – Personality assessment and social networks: An integrative proposal

This theoretical study explores possibilities of interaction between personality assessment and social networks analysis. The socio-teological view of personality recommends that psychological assessment should take into account the distinction between identity (how the individual perceives him or herself) and reputation (how the individual is perceived by their peers). The psychological assessment of personality has been based on statements from respondents of psychological instruments categorized between psychometric and expressive. It is argued that these measures reveal different components of identity and that the reputation should be investigated in the report of observers. It is also argued that social network analysis is a way of assessing the reputation that offers incremental validity to the classical methods of personality assessment. We conclude that this is a promising line of research and theory building with potential impact on psychological practice.

Keywords: social networks, psychological assessment, personality.

RESUMEN – Evaluación de la personalidad y de las redes sociales: una propuesta de integración

Este estudio teórico explora las posibilidades de interacción entre la evaluación de la personalidad y el análisis de redes sociales. El punto de vista socio-teleológico de la personalidad recomienda que la evaluación psicológica leve en cuenta la distinción entre identidad (cómo el individuo si percibe) y la reputación (cómo el individuo es percibido por sus pares). La evaluación psicológica de la personalidad se ha basado en las declaraciones de los entrevistados de los instrumentos psicológicos categorizados entre psicométricos y expresivos. Se sostiene que estas medidas ponen de manifiesto diferentes componentes de la identidad y que la reputación que debe ser investigada en el informe de los observadores. Se argumenta que el análisis de redes sociales es una forma de evaluar la reputación que ofrece validez incremental a los métodos clásicos de evaluación de la personalidad. Llegamos a la conclusión de que esta es una línea de investigación y construcción teórica prometedora con potencial repercusión en la práctica psicológica.

Palabras clave: redes sociales, evaluación psicológica, la personalidad.

A compreensão das relações interpessoais é um tema fundamental que ocupa muitos teóricos e pesquisadores da psicologia. Nos últimos anos, observa-se o interesse crescente pelo estudo das redes sociais (Alves & Santos, 2010; Felmler, 2006). As redes sociais são estruturas compostas por pessoas conectadas para a obtenção de valores ou alcance de objetivos (Scott, 2000). A análise de redes sociais usa a matemática e a visualização

para descrever, identificar e compreender a formação das conexões e seus efeitos (Borgatti & Foster, 2003). O objetivo predominante tem sido entender o impacto da estrutura das redes sobre os comportamentos individuais.

Nesse cenário, observa-se a escassez de estudos sobre relações entre personalidade e redes sociais (Felmler, 2006; Kalish & Robins, 2006). Kalish e Robins (2006) defendem que variáveis de personalidade devam ser

¹Endereço para correspondência: Instituto de Psicologia, R. Aristides Novis, 2, Estrada de São Lázaro, 40210-730, Salvador-BA. E-mail: mauro.m@terra.com

tratadas como antecedentes das redes sociais. Porém, a tradição de pesquisa predominante é a da sociologia estrutural, que considera que as estruturas sociais afetam mais o comportamento humano do que fatores subjetivos. Para Kalish e Robins (2006), o comportamento é o resultado da interação entre atributos psicológicos e da estrutura social. Acredita-se que o exame das relações entre personalidade e redes contribui para esse debate, oferecendo uma visão alternativa à estreita perspectiva estrutural da abordagem de redes sociais (Mehra, Kilduff, & Brass, 2001).

Por outro lado, no campo da avaliação da personalidade, inúmeras pesquisas concluíram que informações oriundas de testes de autorrelato, os denominados inventários de personalidade, tendem a ser substancialmente diferentes da maneira como outras pessoas percebem o indivíduo (por exemplo, Clifton, Turkheimer, & Oltmanns, 2004; Kanfer & Tanaka, 1993). Kanfer e Yanaka (1993) sinalizaram os benefícios potenciais da aplicação de métodos de análise de redes sociais para o entendimento das conexões entre avaliação da personalidade e contextos sociais. Os autores consideraram que esta é uma linha de pesquisa que pode lidar com questões fundamentais relativas à natureza social dos construtos de personalidade. Porém, trata-se de uma perspectiva ainda pouco investigada.

Este trabalho explora o potencial de articulação entre avaliação da personalidade e a análise de redes sociais. Acredita-se que a integração dessas abordagens oferece novas possibilidades e soluções para questões pendentes no campo da avaliação da personalidade e das redes sociais.

Avaliação da Personalidade

O modelo Socioanalítico desenvolvido por Hogan (Hogan & Roberts, 2004; Roberts & Wood, 2006) conceitua personalidade como o repertório de comportamentos e processos psicológicos subjacentes que um indivíduo desenvolve e utiliza para atingir metas subjetivamente concebidas relacionadas à: 1. obter aceitação e inclusão social; e 2. obter influência ou status. O modelo apresenta um entendimento integrado da personalidade e das situações sociais, em que os componentes da personalidade são manifestos e organizados em torno de duas categorias psicológicas e metodológicas: (a) a identidade, ou autorrelatos; e (b) a reputação, ou relatos de observadores (Roberts & Wood, 2006). Essas duas categorias também foram denominadas como as perspectivas: (a) do ator; e (b) do observador (Hogan & Holland, 2003). A perspectiva do ator é manifesta nas explicações que oferece para suas ações, e se revela no estilo comportamental que usa para alcançar suas metas particulares de vida. A perspectiva do observador se traduz em descritores, adjetivos ou traços, tais como agressivo, curioso, calmo etc., que se referem às maneiras habituais de um ator comportar-se em público

e, desse modo, fala de sua reputação. A reputação reflete a percepção do grupo ou contexto social sobre o resultado dos esforços do indivíduo para causar determinadas impressões sobre sua pessoa e construir a sua identidade. Portanto, existem dois caminhos para obter informações sobre pessoas: o autorrelato, que expressa como a pessoa se percebe, e o relato do observador, que expressa como ela é percebida pelos outros.

A identidade é acessível somente a partir do relato do ator. Inventários de personalidade representam a utilização do autorrelato como meio de obtenção de informações sobre o respondente. Esses instrumentos oferecem um conjunto de descritores comportamentais e solicitam que o sujeito se avalie nesses aspectos. O autorrelato assim produzido será enquadrado normativamente em distribuições populacionais de acordo com regras dadas *a priori*. Portanto, é delimitado por categorias gerais pré-definidas. Por exemplo, o modelo dos cinco grandes fatores, o mais influente da abordagem léxica de avaliação da personalidade (Saucier & Goldberg, 1996), descreve o respondente pela linguagem reputacional predominante em sua cultura. Por outro lado, embora sejam capazes de captar diferenças individuais importantes, esses testes de personalidade não permitem que o respondente explore o seu repertório semântico particular para informar que tipo de pessoa pensa que seja. Portanto, essa abordagem, embora baseada em autorrelatos, é insuficiente para uma apreciação da identidade, entendida como a visão que o indivíduo tem do significado de seus comportamentos. No modelo socioanalítico da personalidade, esse significado se refere à percepção individual da utilidade desses comportamentos para o alcance de metas de aceitação e *status* social (R. Hogan, J. Hogan, & Roberts, 1996; Roberts & Wood, 2006).

Por outro lado, a avaliação realizada por instrumentos expressivos, como o Rorschach e o TAT, oferece a um observador a possibilidade de julgar relatos do ator emitidos diante de estímulos não estruturados que lhe sejam apresentados. Desse modo, oferece maior liberdade de expressão, e também evita os vieses de desejabilidade social predominantes em inventários de autorrelato, aproximando-se de observações diretas do comportamento. Em instrumentos expressivos como o TAT e o Rorschach, os julgamentos do observador são construídos com base em relatos do ator; e, desse modo, tomam como ponto de partida o repertório léxico e semântico do indivíduo. Portanto, embora produzidos por um observador, esses julgamentos não revelam precisamente a reputação da pessoa (Roberts & Wood, 2006). A reputação deve refletir como o comportamento observável de um indivíduo, independente de suas explicações, é percebido e avaliado por outros em seu contexto de convivência social (Craik, 2009). Ademais, embora instrumentos expressivos e observações diretas do comportamento sejam altamente respeitados e amplamente utilizados, sabe-se que são vulneráveis ao efeito halo (a

possibilidade de contaminação de diferentes aspectos ou momentos da avaliação).

Portanto, observam-se ambiguidades nas metodologias utilizadas. Por um lado, em inventários psicométricos, os autorrelatos são delimitados pela terminologia reputacional do observador. Por outro, nos testes expressivos mais utilizados, o relato do observador é delimitado pelas preferências e possibilidades léxicas e semânticas do ator.

Medidas psicométricas e testes expressivos são formas conceitualmente distintas de avaliação da personalidade, não são empiricamente equivalentes (Craik, 2009; Hogan & Roberts, 2004) e não demarcam qual o construto avaliado, se identidade ou reputação. Craik (2009) apresentou essa questão e afirmou que a reputação deve ser obtida na rede social da pessoa, examinando o que seus pares dizem e acreditam sobre seu comportamento. Por outro lado, a identidade situa-se na experiência individual. Utilizar e compreender a relação entre esses aspectos é fundamental para qualquer teoria da personalidade (Roberts & Wood, 2006).

Em vez de propor que não exista uma forma adequada de avaliar a personalidade, um adequado dimensionamento das forças e fraquezas nos procedimentos existentes auxilia a confrontar e propor soluções para as dificuldades descritas e também para problemas que tem assolado os teóricos e pesquisadores da área: os processos de autoapresentação ou desejabilidade social em medidas psicométricas e a carência de indicadores de validade e precisão satisfatórios para os descritores utilizados em testes expressivos. Acredita-se que a aplicação dos conceitos de identidade e reputação pode trazer elementos importantes nesse sentido.

Avaliação da Identidade: Perspectiva do Ator

Dadas as dificuldades descritas, constata-se que uma adequada avaliação da identidade não é tarefa fácil, pois toda manifestação do ator se dá em um contexto social interativo em que as demandas de autoapresentação e desejabilidade social se fazem presentes (Hogan & Roberts, 2004; Roberts & Wood, 2006). Tratamentos estatísticos têm sido bem sucedidos no controle desse viés (Weijters, Baumgartner, & Schillewaert, 2013). Por outro lado, Ones, Viswesvaran, e Reiss (1996) observaram que a remoção dos efeitos da desejabilidade social não produziu um incremento na validade de critério de medidas de personalidade na previsão do desempenho no trabalho, por exemplo.

Em primeiro lugar, é necessário aceitar que as pessoas inevitavelmente gerenciam suas identidades a fim de construir uma autoimagem confortável e uma reputação favorável a seus objetivos; porém, não estão plenamente conscientes de como suas atitudes e comportamentos impactam no seu ambiente social. Esse é um fato que precisa ser incorporado em qualquer teoria da personalidade, e requer o esclarecimento da fronteira entre identidade e reputação (Roberts & Wood, 2006).

Ademais, é importante compreender que as pessoas também variam quanto às impressões que desejam causar, a depender de suas crenças sobre qual expediente será mais útil para atingir seus objetivos em determinado contexto (Hogan & Holland, 2003). Essas crenças revelam a abordagem particular do indivíduo das relações sociais, e, portanto, fundamentam as estratégias ou estilos comportamentais que o indivíduo utiliza em sua busca de inclusão social. Dessa maneira, considera-se a possibilidade de incluir os comportamentos de auto apresentação como elementos do mesmo arcabouço conceitual utilizado para compreender a identidade e suas manifestações.

Portanto, a fim de dar foco à identidade, as informações geradas por instrumentos de autorrelato precisam ser compreendidas numa concepção socioteleológica da ação humana, na qual o comportamento é dirigido por metas subjetivamente concebidas. As pessoas escolhem os traços comportamentais mais oportunos a cada situação social, de modo a influenciar o ambiente e favorecer o alcance dessas metas (Adler, 1930; Hogan & Roberts, 2004; McAdams & Pals, 2007; Roberts & Wood, 2006). A análise da identidade requer compreender as metas que guiam o comportamento, o que requer agregar essa perspectiva teleológica ao processo de avaliação.

Desde os primeiros meses de vida, a conquista de atenção e cuidado social é fundamental para a sobrevivência do ser humano (Bowlby, 1998). No adulto, a aceitação e o *status* social permanecem como metas prioritárias do comportamento. Desse modo, a identidade se revela nos ideais, valores e expectativas que orientam cada indivíduo na conquista de um lugar que lhe confira a aceitação e o tipo de reconhecimento que deseja de sua coletividade (Hogan & Roberts, 2004; Roberts & Wood, 2006). Nesse processo, os estilos comportamentais utilizados – representados nos modelos teóricos de traços de personalidade e suas terminologias da reputação – podem ser mais ou menos eficientes e diversificados, mas todos caracterizam o movimento do ator em direção a suas metas particulares de aprovação ou aceitação social e de *status* ou reconhecimento (Hogan & Roberts, 2004; Roberts & Wood, 2006). Portanto, a avaliação da personalidade requer tanto medidas que representem uma conceitualização das variações nos estilos comportamentais quanto medidas que permitam um entendimento das metas implicadas na busca individual por um lugar na comunidade.

A partir do que foi dito, observam-se duas categorias de fatores que participam dessa concepção socioteleológica da personalidade: estilos comportamentais e metas. Os estilos manifestam as estratégias mais ou menos conscientes utilizadas para obter aceitação e *status*. As metas de aceitação e *status* são construções particulares do indivíduo sobre qual o lugar na coletividade que idealiza para si e que procura ocupar. Os estilos comportamentais podem ser mais ou menos bem-sucedidos nesse sentido, e as percepções de outrem sobre eles resultam na reputação do indivíduo em determinado contexto.

Essas duas categorias – estilos comportamentais e metas – correspondem às duas tradições de pesquisa sobre personalidade: modelos fatoriais de traços e modelos motivacionais. Os motivos são definidos como disposições para buscar certa classe de incentivos ou metas. E os traços são os padrões estilísticos de cognição, afeto e comportamento (John & Robins, 1993).

As teorias fatoriais da personalidade têm como representante maior o modelo dos cinco grandes fatores. Os modelos motivacionais são encontrados nas técnicas que estimulam a verbalização imaginativa, tais como o Teste de Apercepção Temática (TAT) (Cramer, 2004). Esses modelos têm raízes históricas nas ideias de G. W. Allport (1937) e Henry Murray (1938), respectivamente. Para Allport (1937), os traços seriam as unidades básicas da personalidade; e, para Murray (1938), os motivos seriam os elementos mais fundamentais para o entendimento do comportamento.

McClelland (1985) argumentou que ambos, motivos e traços, são necessários para descrever a personalidade: “precisamos de dois conceitos – um para dar conta das consistências e recorrências (traços), e outro para dar conta das inconsistências e das mudanças repentinas e irracionais do comportamento (motivos)” (p.215). Nesse sentido, Allport (1937) e Eysenck (1953) esclareceram que a noção de traço está intimamente ligada à noção de correlação ou consistência no comportamento. Desse modo, os traços têm sido identificados por análises fatoriais de descritores comportamentais; e suas medidas têm sobrevivido a testes de consistência interna e de estabilidade temporal. Por outro lado, Murray (1938) enfatizou que as ações particulares associadas a um dado motivo podem não estar correlacionadas, pois variam de acordo com a situação, expectativas, incentivos, obstáculos e outros motivos.

Os estudos longitudinais de Winter, John, Stewart, Klohnen, e Duncan (1998) apoiam a ideia da integração dessas duas categorias de construtos e seus instrumentos. Modelos motivacionais são úteis para o entendimento de motivos ou metas (frequentemente implícitas ou inconscientes) enquanto a avaliação dos traços informa a maneira pela qual os motivos serão expressos em ações particulares. Nessa visão integrada, os motivos canalizam ou direcionam as manifestações estilísticas do comportamento (traços), e essas manifestações explícitas revelam o repertório comportamental utilizado pelo indivíduo para alcançar a satisfação de seus motivos ou necessidades.

As correlações baixas entre escalas psicométricas (modelos fatoriais de traços) e testes expressivos (modelos de construtos motivacionais em nível inconsciente) podem ser assim compreendidas. Portanto, a diferenciação e integração teórica entre motivos e traços é um argumento a ser considerado no momento de investigar a validade incremental relacionada ao uso integrado de medidas de personalidade.

A validade incremental, entre outras aplicações do termo, refere-se a situações em que uma medida psicológica que se mostrou válida para avaliar determinado fenômeno é capaz de contribuir significativamente para a eficácia preditiva se agregada a outras medidas existentes. Os testes expressivos têm sido duramente criticados nas últimas décadas, considerados frágeis metodologicamente e carentes de validade incremental em relação às escalas psicométricas de autorrelato (Lilienfeld, Wood, & Garb, 2000; Villemor-Amaral & Pasqualini-Casado, 2006).

Na verdade, a diferença entre esses instrumentos não é somente metodológica, pois avaliam construtos de naturezas diversas, mas que devem ser integrados para que seja possível obter um entendimento compreensivo da individualidade do respondente. Portanto, entende-se que a falta de validade incremental reportada em pesquisas deve-se à ausência de um modelo teórico integrador dessas duas vertentes da avaliação psicológica da personalidade. Os testes expressivos podem revelar os aspectos motivacionais inconscientes e subjacentes às metas definidas pelo indivíduo em relação à sua inserção e influência social, isto é, quais os seus critérios subjetivos e particulares de sucesso, respondendo a perguntas tais como: o que determinada pessoa valoriza e deseja alcançar em seu meio social? Qual impacto deseja provocar em seu interlocutor? Deseja prioritariamente se afiliar e ser aceita, mesmo que seja necessário submeter-se aos demais? Estaria motivada a controlar os outros? Estaria o seu desejo de *status* associado a realizações excepcionais? Entre outras possibilidades.

Por outro lado, os testes psicométricos e suas teorias fatoriais da personalidade oferecem informações sobre os traços de personalidade que o indivíduo acredita apresentar ao seu entorno social, e que, portanto, utilizaria para realizar as suas motivações e lidar com seus conflitos e estados emocionais implicados (que podem ser reveladas pelas técnicas projetivas).

As correlações baixas entre medidas psicométricas e expressivas não significam que seus resultados não possam ser combinados (Villemor-Amaral & Pasqualini-Casado, 2006). Sugere-se que, em uma visão socioteleológica da personalidade, a articulação entre estilos comportamentais ou traços (modelos psicométricos) e atitudes, motivações e conflitos subjacentes (uso de técnicas projetivas) é uma via promissora.

Por fim, nenhuma dessas metodologias pode ser considerada uma medida da reputação, pois não são capazes de informar sobre o real impacto dos comportamentos de um indivíduo no seu meio social na perspectiva de observadores. E, sendo assim, carecem de um critério fundamental para validar a autopercepção do respondente, além de verificar o quão bem sucedido são os seus esforços para aproximar sua identidade (quem pensa que é e o que deseja alcançar) de sua reputação (como os outros o percebem).

Na verdade, a reputação reflete o grau de aceitação e *status* que uma pessoa possui em determinado contexto.

Nesse sentido, é importante lembrar que ambientes variam em termos de quais características de personalidade são valorizadas e conferem aceitação ao seu portador. Por exemplo, os comportamentos extrovertidos podem ser valorizados em determinado ambiente e ter um impacto desfavorável em outro, a depender dos valores que regem as relações em cada contexto. Nessa perspectiva, Hogan e Roberts (2004) defendem que a avaliação da personalidade dedique-se ao entendimento das diferenças individuais de potencial de conquista de aceitação ou *status* em determinados contextos.

Desse modo, em termos aplicados, a avaliação da personalidade pode ser útil para estimar o potencial de aceitação e o *status* de um indivíduo, uma vez que estejam definidas as expectativas de determinado grupo social sobre as características e motivações mais desejáveis a seus membros. Sendo que o grau de aceitação e *status* efetivamente alcançado pode ser avaliado por ferramentas de redes sociais.

Assim, reforça-se que a avaliação da perspectiva do ator examine os estilos comportamentais (traços) e metas (motivos) particulares de aceitação e *status* social. E que a avaliação da reputação seja operacionalizada pela análise de redes sociais.

Análise de Redes Sociais: a Perspectiva do Observador

As técnicas da sociometria, desenvolvidas na década de 1930, foram pioneiras no estudo das redes sociais por exame de padrões de escolhas interpessoais entre membros de grupos. Os sociogramas eram imagens que representavam relações entre indivíduos na forma de pontos ligados por linhas. Essas linhas indicavam relações de afeto positivo ou negativo, revelando as articulações relacionais internas dos grupos e a posição de cada sujeito quanto a gostar ou não de alguém, quanto à amizade ou inimizade, entre outros critérios.

A análise das redes sociais foi aprimorada em diversos aspectos, e hoje conta com *softwares* específicos (*Ucinet*, por exemplo) (Borgatti, Everett & Freeman, 2002) dedicados à descrição exaustiva dos diversos aspectos estruturais dos grupos e das posições ocupadas por seus membros nessa teia de relações.

As análises das redes diferenciam-se quanto ao recurso transacionado entre seus membros que é adotado como foco da análise. Esses recursos podem ser de natureza primariamente afetiva (amizade ou aceitação, por exemplo), relacionado a percepções sobre competência no trabalho (confiança em capacidades, responsabilidade etc.), informações de diversos tipos (saúde, conhecimento etc.), entre outros a serem definidos conforme o contexto e objetivos da análise. Cada indivíduo é percebido como mais ou menos possuidor de cada recurso, o que se revela no quanto é procurado pelos demais componentes da rede, e, da mesma forma, procura em maior ou menor grau os demais a fim de obtê-lo.

De acordo com Kadushin (2002), os princípios motivacionais da formação das redes sociais são os mesmos subjacentes ao desenvolvimento da identidade (personalidade na perspectiva do ator): de um lado, a busca por segurança, pertença e aceitação, e, de outro, a busca por eficácia e *status* social. Desse modo, o comportamento das redes sociais é direcionado por dois vetores: (a) busca de segurança, que significa pertencer a redes coesas e acolhedoras; e (b) busca de eficácia, relacionada a redes pouco coesas que, portanto, permitem novas e diversas conexões de rede social, nas quais seus membros podem alcançar *status* diferenciado pela obtenção de informações privilegiadas e não redundantes. Ambos os motivos estão presentes em todas as redes sociais, sejam entre indivíduos ou entre unidades sociais maiores, como as organizações de trabalho (Kadushin, 2002).

A análise de redes sociais possui duas abordagens: a estrutural e a centrada nos egos (Wasserman & Faust, 1994). Na abordagem estrutural, que enfoca as características globais das redes, destacam-se dois conceitos: laços fracos (Granovetter, 1973) e buracos estruturais (Burt, 2001).

Granovetter (1973) classificou os laços interpessoais em fortes e fracos. Laços fortes são aqueles nos quais as pessoas despendem mais tempo, com intensidade emocional e em que haja reciprocidade de favores e obrigações, relacionando-se com a busca por segurança e pertença social e a formação de redes mais coesas. Laços fracos indicam relacionamentos menos frequentes, por contatos episódicos, com função de difundir informações, associados à busca por *status* social e à formação de redes menos coesas.

Granovetter (1973) salientou que são as relações fracas que favorecem a expansão das redes, pois na predominância de relações fortes é mais provável que os relacionamentos entre atores sejam redundantes, o que resulta na restrição de acesso a novas informações e limita a rede em seu crescimento e diversidade. Por outro lado, as relações fracas ampliam os limites das redes, conectando pessoas e grupos anteriormente distantes ou desconectados. Para Felmler (2006), a contribuição mais inovadora das pesquisas em redes é a constatação de que os laços fracos são importantes para a expansão da influência e da informação, e para a mobilidade no interior das redes.

Essas ideias foram ampliadas por Burt (2001) pelo conceito de buraco estrutural. O buraco estrutural é uma lacuna que se forma entre dois atores, situados em grupos sociais ou redes distintas, sem conexão entre si, que detêm recursos complementares, mas tendem a um funcionamento autônomo. A existência de grupos não conectados em uma mesma rede significa que eles estão focados em suas atividades e relativamente alheios às atividades dos demais. O buraco estrutural assim formado indica que esses grupos circulem em diferentes fluxos de informação. O poder dos laços fracos reside na capacidade de

atravessar buracos estruturais e oferecer acesso a recursos diversificados.

Portanto, a capacidade do indivíduo para estabelecer laços fracos revela suas possibilidades de diversificar os recursos a que tem acesso e aumentar sua influência pessoal. Por outro lado, os laços fortes mostram os relacionamentos intensos e duradouros, relacionados a vivências de aceitação e segurança social. Assim, os conceitos de laços fracos ou fortes e buracos estruturais indicam princípios comuns ao desenvolvimento da personalidade humana e das redes sociais: a conquista de aceitação ou segurança (laços fortes) e influência ou *status* (laços fracos) (Kadushin, 2002).

Os achados de Kalish e Robins (2006) corroboram o argumento de que pessoas em redes com muitos buracos estruturais são mais independentes, valorizam a mudança e buscam assumir uma posição de autoridade, e de que pessoas inseridas em redes mais coesas, com poucos buracos estruturais, são mais obedientes e motivadas para obter segurança e estabilidade.

A outra perspectiva de análise de redes sociais é denominada de centrada nos egos, e preocupa-se com a centralidade do ator. O exame dessa centralidade tem por objetivo principal compreender como atores conquistam posições privilegiadas nas redes (Klein, Lim, Saltz, & Mayer, 2004). As medidas de centralidade localizam os atores que ocupam essas posições estratégicas que permitem a aquisição de informações importantes e várias formas de influência interpessoal (Alves & Santos, 2010).

Diferentes tipos de centralidade oferecem diferentes perspectivas de compreensão. A centralidade de grau considera as relações adjacentes do ator, configurando a sua importância local na rede, e possui dois subtipos: entrada e saída. A centralidade de grau de entrada representa a quantidade de pessoas que buscam determinado ator, que, quanto mais é procurado como fonte de recursos, maior é a sua popularidade. A centralidade de saída refere-se à quantidade de pessoas que o ator procura como fonte de recursos, denotando a sua busca de expansão dentro da rede (Scott, 2000).

A centralidade de proximidade indica o quanto determinado ator está acessível para os demais, e assim representa a sua importância global para o grupo. Por fim, a centralidade de intermediação refere-se ao controle de um ator sobre a relação entre dois outros atores que não conectados. Portanto, conceitos de centralidade podem ser úteis para compreender como os indivíduos e suas características influenciam a configuração das redes.

Sugere-se que a análise de redes sociais ofereceria informações que podem resultar em validade incremental significativa para a avaliação da personalidade, pois podem revelar diversos aspectos da reputação de determinado indivíduo associados às características dos relacionamentos, indicando as posições e papéis que ele ocupa nos coletivos em que participa (Craik, 2009). A

predição de diversos resultados comportamentais pode ser fortalecida dessa maneira. A análise de redes sociais torna possível verificar os resultados dos esforços do indivíduo para alcançar suas metas de aceitação e *status* social e mensurar o quanto suas estratégias de autoapresentação e influência social são capazes de corresponder sua identidade (quem pensa que é e o que deseja alcançar) e sua reputação (como os outros o percebem). Sobre este último aspecto, o grau de correspondência entre autoimagem e a percepção de outrem, já foi apontado por diversos autores do campo da psicoterapia como um indicador importante de ajustamento psicológico (Rogers, 1951). Sabendo que uma correspondência plena é bastante improvável, sugere-se que descritores de identidade e de reputação são preditores independentes de consequentes comportamentais importantes, tais como o desempenho no trabalho e o próprio ajustamento psicológico ou bem-estar.

Estudos envolvendo personalidade e redes sociais

As medidas de centralidade em redes têm agregado validade incremental à avaliação de traços de personalidade para predição de desempenho no trabalho. Mehra et al. (2001) observaram que o traço de automonitoramento e características de centralidade na rede são preditores independentes de desempenho do indivíduo no trabalho. Lee, Yang, e Wan (2010) observaram efeitos combinados de características da personalidade e das redes de amizade de trabalhadores sobre o desempenho. Na pesquisa de Cho, Gay, Davidson, e Ingraffa (2007), o estilo comunicacional do indivíduo e seu grau de centralidade em redes foram preditores combinados de desempenho.

No campo da avaliação de problemas de personalidade, a inclusão de informantes além do próprio indivíduo não é novidade, e foi recomendada por diversos autores (Fiedler, Oltmanns & Turkheimer, 2004; Kanfer & Tanaka, 1993). Fiedler et al. (2004) administraram medidas de transtornos de personalidade nas formas de autorrelato e de relatos de pares a 1080 recrutas do exército e acompanharam os participantes por dois anos. Os autores constataram que os dois tipos de relato provêm validade incremental na predição de funcionamento mal-adaptativo.

No estudo de Clifton et al. (2005), informações de autorrelato e de relatos de observadores mostraram relações similares entre traços patológicos de personalidade e comportamentos interpessoais, mas identificaram indivíduos diferentes como emissores de tais comportamentos. Uma revisão de 30 estudos sobre a correspondência entre autoavaliações e avaliações de pares sobre desordens de personalidade concluiu que a correlação média entre essas duas fontes é aproximadamente $r=0,36$. (Klonsky, Oltmanns, & Turkheimer, 2002). Avançando no entendimento dessa situação, Clifton et al. (2007) analisaram as redes sociais de juízes. Os autores observaram que

juízes que compartilhavam com os avaliados um mesmo subgrupo coeso apresentavam maior correspondência de seus julgamentos às autopercepções dos indivíduos alvo. Foi interpretado que a maior frequência de interação entre juízes e avaliados resulta na contaminação da percepção dos juízes pelas narrativas de autopercepção dos indivíduos alvo. Em estudos anteriores, Kanfer e Tanaka (1993) recomendaram que a identificação das posições de informantes em redes sociais permite incluir esse critério para a seleção de juízes mais confiáveis para a avaliação de transtornos da personalidade. Portanto, a análise das redes sociais em que se conectam informantes entre si e com os indivíduos avaliados pode aperfeiçoar o entendimento das relações entre essas duas fontes de informação e elevar a validade das avaliações de pares.

Entre os estudos sobre preditores de bem-estar psicológico, Zhu, Woob, Porterb, e Brzezinski (2013) destacaram a importância da articulação entre a avaliação da personalidade e a análise de redes sociais. Os autores concluíram que a relação entre fatores de personalidade e bem-estar é mediada pelas características de inserção do indivíduo em suas redes sociais.

A recente pesquisa de Estéveza, Emlerb, Cavac, e Inglêsa (2014) mostrou que o status sociométrico de adolescentes agressivos é um preditor independente de ajustamento psicológico. Os participantes foram classificados em populares, rejeitados e médios na rede social de pares. Adolescentes agressivos e rejeitados por seus pares revelaram menor ajustamento acadêmico e social na escola em comparação a adolescentes agressivos populares e médios em termos de aceitação social. Portanto, esse estudo sugere que o ajustamento psicológico depende da interação entre variáveis de personalidade e de redes sociais.

Observa-se que o volume de pesquisas que utiliza de forma integrada as medidas de personalidade e a análise de redes sociais como preditores de critérios

externos ainda é incipiente. O presente artigo argumenta sobre a viabilidade, a importância e o potencial dessa linha de investigação.

A ideia de que o comportamento precisa ser compreendido em seu contexto é teoricamente bem aceita. Porém, em avaliações de personalidade, o contexto é frequentemente desconsiderado (Judge, Klinger, Simon, & Yang, 2008). O uso das redes diminui essa lacuna. Defende-se que uma articulação teórica e empírica consistente entre variáveis de personalidade e fenômenos de redes sociais pode trazer ainda maior credibilidade às medidas de personalidade e dar novo sentido ao seu uso.

Por fim, é importante assinalar algumas limitações nos delineamentos de pesquisa predominantes. Observa-se que predominam estudos sobre fatores de personalidade tomados isoladamente e não de maneira combinada. O exame de configurações de traços pode ser feito pela análise de perfis latentes (*latent profile analysis*) na abordagem Centrada na pessoa (*person-centered-approach*) (Merz & Roesch, 2011). Nesse sentido, estudiosos da área reiteram a importância de investigar configurações de combinações entre fatores de personalidade (Hogan et al., 1996; Judge et al. 2008).

Kalish e Robins (2006) recomendaram o uso de medidas de características mais específicas em vez de categorias amplas de traços psicológicos. Eles ressaltam que, apesar da grande importância do modelo dos cinco grandes fatores para os estudos de personalidade, esse modelo é limitado na captura de resultados comportamentais específicos. Nesse sentido, recomenda-se o uso de um arcabouço conceitual que inclua tanto os estilos comportamentais quanto as metas individuais de aceitação e *status* social. A adequada articulação da avaliação da personalidade e da análise de redes sociais certamente resultará em ganhos interpretativos importantes para compreender e avaliar o comportamento humano.

Referências

- Adler, A. (1930). *The education of children*. New York: Greenberg.
- Allport, G. W. (1937). *Personality: A psychological interpretation*. New York: Holt.
- Alves, C. A., & Santos, S. B. S. (2010). Uma abordagem estrutural em redes: expondo padrões, possibilidades e armadilhas. *Revista de Ciências da Administração*, 12(26), 72-91. doi:10.5007/2175-8077.2010v12n26p72
- Borgatti, S. P., Everett, M. G., & Freeman, L. C. (2002). *Ucinet 6 for Windows*. [Computer software and manual]. Harvard, MA: Analytic Technologies.
- Borgatti, S. P. & Foster, P. (2003). The network paradigm in organizational research: A review and typology. *Journal of Management*, 29(6), 991-1013. doi:10.1016/S0149-2063_03_00087-4
- Bowlby, J. (1998). *Apego e Perda*. (2ª. Ed.). São Paulo, SP: Martins Fontes.
- Burt, R. S. (2001). Structural holes versus network closure as social capital. Em N. Lin, K. E., Cook, & R. S. Burt. (Orgs.), *Social capital: Theory and research* (pp. 34-56). New York: Aldine de Gruyter.
- Cho, H., Gay, G., Davidson, B., & Ingrassia, A. (2007). Social networks, communication styles, and learning performance in a CSCL community. *Computers & Education*, 49, 309-329.
- Clifton, A., Turkheimer, E., & Oltmanns, T. F. (2007). Improving assessment of personality disorder traits through social network analysis. *Journal of Personality*, 75(5), 1007-1032. doi: 10.1111/j.1467-6494.2007.00464.x
- Craik, K. H. (2009). *Reputation: a network interpretation*. New York: Oxford University Press.

- Cramer, P. (2004). *Storytelling, narrative, and the Thematic Apperception Test*. New York: Guilford Press.
- Estévez, E., Emlerb, N. P., Cavac, M. J., & Inglés, C. J. (2014). Psychosocial adjustment in aggressive popular and aggressive rejected adolescents at school. *Psychosocial Intervention, 23*, 57-67.
- Eysenck, H.J. (1953). *The structure of human personality*. London: Methuen.
- Felmler, D. (2006). Interaction in Social Networks. Em J. Delamater (Org.), *Handbook of Social Psychology* (pp. 389-409). New York: Kluwer /Plenum Publishers.
- Fiedler, E. R., Oltmanns, T. F., & Turkheimer, E. (2004). Traits associated with personality disorders and adjustment to military life: Predictive validity of self and peer reports. *Military Medicine, 169*, 207-211.
- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology, 6*, 1360-1380. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/2776392>
- Hogan, R. & Holland, J. (2003). Using theory to evaluate personality and job-performance relations: A socioanalytic perspective. *Journal of Applied Psychology, 88*(1), 100-112. doi: 10.1037/0021-9010.88.1.100
- Hogan, R., & Roberts, B. W. (2004). A socioanalytic model of maturity. *Journal of Career Assessment, 20*(10), 1-11. doi: 10.1177/1069072703255882
- Hogan, R., Hogan, J., & Roberts, B. W. (1996). Personality measurement and employment decisions: Questions and answers. *American Psychologist, 51*, 469-477. doi: 10.1037/0003-066X.51.5.469
- John, O. P., & Robins, R. W. (1993). Gordon Allport: Father and critic of the five-factor model. Em K. H. Craik, R. Hogan, & R. N. Wolfe (Orgs.), *Fifty years of personality psychology* (pp. 215-236). New York: Plenum.
- Judge, T. A., Klinger, R., Simon, L. S., & Yang, I. W. F. (2008). The contributions of personality to organizational behavior and psychology: Findings, criticisms, and future research directions. *Social and Personality Psychology Compass, 2*, 1982-2000. doi: 10.1111/j.1751-9004.2008.00136
- Kadushin, C., (2002). The motivational foundation of social networks. *Social Networks, 24*, 77-91. doi: 10.1016/S0378-8733(01)00052-1
- Kalish, Y., & Robins, G., (2006). Psychological predispositions and network structure: The relationship between individual predispositions, structural holes and network closure. *Social Networks, 28*, 56-84. doi: 10.1016/j.socnet.2005.04.004
- Kanfer, A., & Tanaka, J. S. (1993). Unraveling the web of personality judgments: the influence of social network on personality assessment. *Journal of Personality, 61*(4), 711-738.
- Klein, K. J., Lim, B., Saltz, J. L., & Mayer, D. M. (2004). How do they get there? An examination of the antecedents of centrality in team networks. *Academy of Management Journal, 46*(6), 952, 963.
- Klonsky, E. D., Oltmanns, T. F., & Turkheimer, E. (2002). Informant reports of personality disorder: Relation to self-report and future research directions. *Clinical Psychology: Science and Practice, 9*, 300-311.
- Lee, Y., Yang, L., Wan, K. M., & Chen, G. (2010) Interactive effects of personality and friendship networks on contextual performance. *Social Behavior and Personality: An International Journal, 38*(2), 197-208. doi: 10.2224/sbp.2010.38.2.197
- Lilienfeld, S. O., Wood, J. M., & Garb, H. N. (2000). The scientific status of projective techniques. *Psychological Science, 1*(2), 27-66.
- McAdams, D. P., & Pals, J. L. (2007). The role of theory in personality research. Em R. W. Robins, R. C. Fraley, & R. F. Krueger (Orgs.), *Handbook of research methods in personality psychology* (pp. 3-20). New York: Guilford Press
- McClelland, D. C. (1985). *Human motivation*. Glenview, IL: Scott, Foresman.
- Mehra, A., Kilduff, M., & Brass, D. J. (2001). The social networks of high and low self-monitors implications for workplace performance. *Administrative Science Quarterly, 46*, 121-146. doi: 10.2307/2667127
- Merz, E. L., & Roesch, S. C. (2011). A latent profile analysis of the Five Factor model of personality: Modeling trait interactions. *Personality and Individual Differences, 51*(8), 915-919.
- Murray, H. A. (1938). *Explorations in personality*. New York: Oxford University Press.
- Ones, D. S., Viswesvaran, C., & Reiss, A. D. (1996). Role of social desirability in personality testing for personnel selection: The red herring. *Journal of Applied Psychology, 81*, 660-679.
- Roberts, B. W., & Wood, D. (2006). Personality development in the context of the neo-socioanalytic model of personality. Em D. K. Mroczek, & T. D. Little (Orgs.), *Handbook of personality development* (pp. 11-39). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Rogers, C. R. (1951). *Client-Centered Therapy: Its current practice, implications, and theory*. Boston: Houghton Mifflin.
- Saucier, G., & Goldberg, L. (1996). The language of personality: Lexical reflections on the Five Factor model. Em J. S. Wiggins (Org.), *The Five Factor model of personality: Theoretical perspectives* (pp. 21-50). New York: Guilford Press.
- Scott, J. (2000). *Social network analysis: a handbook* (2 Ed.) Sage Publication: London.
- Villemor-Amaral, A. E., & Pasqualini-Casado, L. (2006). A cientificidade das técnicas projetivas em debate. *Psico-USF, 11*(2), 185-193.
- Wasserman, S., & Faust, K. (1999). *Social network analysis: Methods and applications*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Weijters, B., Baumgartner, H., & Schillewaert, N. (2013). Reversed item bias: An integrative model. *Psychological Methods, 18*(3), 320-334. doi:10.1037/a0032121
- Winter, D. G., John, O. P., Stewart, A. J., Klohnen, E. C., & Duncan, L. E. (1998). Traits and motives: Toward an integration of two traditions in personality research. *Psychological Review, 105*, 230-250. DOI: 10.1037/0033-295X.105.2.230
- Zhu, X., Woob, S. E., Porterb, C., & Brzezinski, M. (2013). Pathways to happiness: From personality to social networks and perceived support. *Social Networks, 35*, 382-393.

Recebido em outubro de 2013
 1ª reformulação em abril de 2014
 2ª reformulação em junho de 2014
 Aprovado em setembro de 2014

Sobre os autores

Mauro de Oliveira Magalhães possui Doutorado em Psicologia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. É Professor Adjunto III no Instituto de Psicologia e no Pós-graduação em Psicologia da Universidade Federal da Bahia.

Fernanda de Souza Brito é Mestre e doutoranda em Psicologia pela Universidade Federal da Bahia.