

Padrões narcisistas entre líderes organizacionais: uma análise das postagens no LinkedIn¹

Isadora Pricila Jácome RAMALHO²

Davi Henrique Soares BATISTA³

Caroline Delevati COLPO⁴

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

Este artigo se propõe a identificar padrões de discurso de líderes organizacionais que demonstram comportamentos narcisistas, por meio de postagens na plataforma digital do LinkedIn durante o período de 2022 a 2023. A pesquisa possui como cerne a concepção socioanalítica do narcisismo do líder, que o considera como um traço de personalidade e não como um distúrbio clínico, além de olhar o objeto pelo prisma da comunicação organizacional. Nesse sentido, a plataforma do LinkedIn foi utilizada como um canal para a análise das postagens, identificando os padrões de linguagem empregados por um líder organizacional.

PALAVRAS-CHAVE: liderança; narcisismo; trabalho; organizações; linkedIn.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

No contexto organizacional contemporâneo, o estudo de liderança narcisista tem sido crescente. Áreas como psicologia organizacional e gestão de negócios se debruçam no entendimento do tema em questão, entretanto os estudos carecem de uma visão voltada ao entendimento da comunicação. Para Steffens e Haslam (2022), a liderança é frequentemente definida como um processo responsável pela motivação e impulsionamento de pessoas, com o objetivo de alcançar metas estabelecidas no âmbito organizacional. Entretanto, os pesquisadores Steffens e Haslam (2022), apontam que pode existir um lado obscuro de liderança e esse lado pode estar relacionado ao narcisismo do líder.

De acordo com a American Psychiatric Association (APA) (2022), a personalidade narcisista é definida como um senso irreal de superioridade que um indivíduo tem de si. Nesse sentido, pode ter uma constante necessidade de admiração e

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos em Relações Públicas e Comunicação Organizacional, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2024.

² Mestranda em Comunicação pelo PPGC/UFPB, email: isadorapricilaj@gmail.com.

³ Recém-graduado em Relações Públicas pela UFPB, email: davihsbatista@gmail.com.

⁴ Professora do Curso de Relações Públicas da UFPB, email: carolinecolpo@gmail.com.

notoriedade, além de não ter capacidade de demonstrar empatia por outras pessoas. Embora as contribuições da APA (2023) sejam pertinentes, este estudo também se concentra na abordagem socioanalítica. Segundo Bernerth, Carter e Cole (2022), dentro da perspectiva teórica social, o narcisismo é considerado um produto da construção social. Assim, ele permeia a individualidade e se reflete nas interações interpessoais. A partir desse pressuposto, a teoria sugere que a forma como uma pessoa avalia sua própria personalidade, bem como a de outras, é influenciada por uma percepção única.

Para Chen et al. (2023), líderes com características narcisistas podem buscar autopromoção no local de trabalho, por intermédio da valorização e depreciação dos trabalhadores. A forma como líderes narcisistas tratam seus funcionários pode impactar diretamente o clima organizacional. Segundo Menezes e Gomes (2010), o clima organizacional diz respeito ao conjunto de percepções que os trabalhadores podem ter sobre uma determinada organização. Liu et al. (2022) indicam que os indivíduos podem identificar líderes narcisistas por meio de sua negligência em relação às opiniões dos outros, ego inflado e falta de inclusão nas decisões organizacionais importantes. Os impactos da liderança com traços narcisistas abrangem diversos aspectos, incluindo a redução da motivação dos funcionários e sentimentos de desvalorização no ambiente de trabalho.

Os líderes narcisistas podem transcender os limites físicos das organizações e se manifestar de forma proeminente em espaços digitais, como as plataformas online, onde eles exibem suas supostas qualidades, conquistas e contribuições, muitas vezes, de maneira performática. Couldry (2012), destaca que, no mundo contemporâneo, as mídias permeiam todas as esferas da vida. A influência da internet, sobretudo das mídias sociais digitais, é ubíqua, moldando não apenas o espaço físico, mas também o espaço experiencial. Nesse contexto, a vida cotidiana se transformou em uma experiência mediada pela presença constante da mídia, em especial a digital. Para Baudrillard (2001), a sociedade habita em uma realidade composta por simulacros.

Conforme apontado por Recuero (2013), às redes sociais constituem ambientes virtuais nos quais os indivíduos estabelecem vínculos interpessoais e compartilham conteúdos informativos. A dinâmica comunicativa observada nesses ambientes apresenta características únicas quando comparada à comunicação presencial face a

face. O LinkedIn exemplifica as redes sociais digitais nas quais comportamentos e situações do ambiente de trabalho podem ser replicados, especialmente por meio das postagens de líderes que exibem traços de personalidade narcisista.

ANÁLISE DE RESULTADOS

A popularização do *LinkedIn* como uma rede social capaz de conectar profissionais em todo o mundo estabeleceu uma nova dinâmica no processo de busca por emprego, recrutamento, *networking*⁵ e geração de negócios. A rede foi lançada em 2003 com a missão de “conectar profissionais do mundo todo, tornando-os mais produtivos e bem-sucedidos” (LinkedIn, 2024).

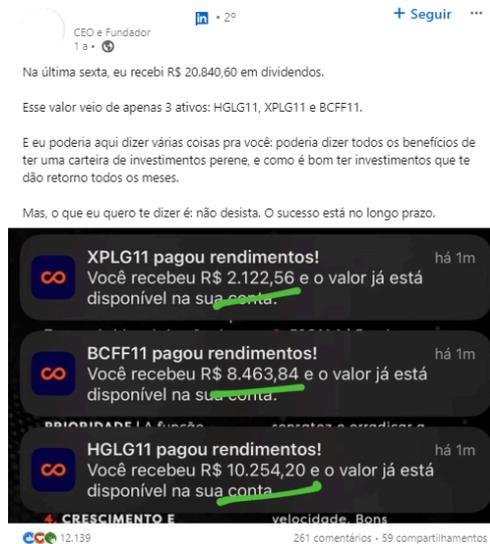
Diariamente, empresas e profissionais compartilham em seus perfis ações, casos de sucesso, cotidiano de trabalho, além de outras informações. Com isso em vista, é possível que comportamentos e situações do ambiente de trabalho sejam reproduzidos na rede, uma vez que a mesma tem funcionado hoje como uma extensão do trabalho.

A busca por estes perfis aconteceu por meio de pesquisas dentro da própria plataforma, aplicando filtro de cargo, segmentando profissionais que ocupam posições em nível de diretoria, gerência e coordenação. Além disso, também foram incluídas na segmentação, palavras-chave comuns em discursos narcisistas. Com base nas buscas realizadas, um perfil com postagens que demonstram características narcisistas, será analisada neste trabalho.

O Líder A (não identificado), é CEO e sócio-proprietário de um grupo de marcas nas áreas de finanças, tecnologia e marketing. Em uma de suas publicações, o Líder A, mostra os dividendos que recebeu de seus investimentos em apenas um dia, e busca incentivar outros a não desistirem de alcançar resultados como os dele.

⁵ Termo em inglês utilizado para representar uma rede de contatos, geralmente com um objetivo profissional ou acadêmico.

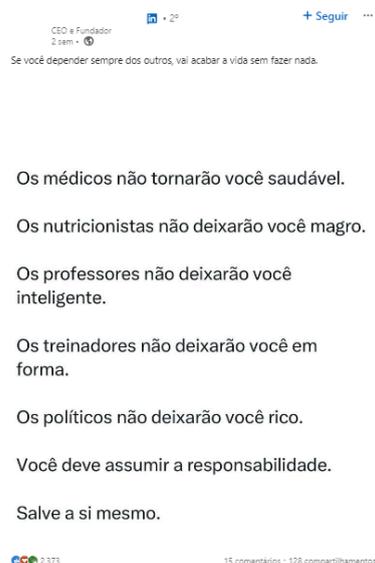
Figura 1 - Postagem Líder A



Fonte: LinkedIn

A postagem demonstra o objetivo de colocar-se como um exemplo a ser seguido para alcançar ótimos resultados de investimentos, além de sugerir relação entre o sucesso e a riqueza. De acordo com Ames et. al. (2006, p. 441, apud Zhou, Yin e Sun, 2021, p. 2) o comportamento narcisista está associado a uma autopercepção grandiosa, mas ao mesmo tempo frágil, fazendo com que a pessoa esteja preocupada em ser admirada e obter sucesso.

Figura 2 - Postagem Líder A



Fonte: LinkedIn

As características do comportamento narcisista também podem incluir uma autoavaliação elevada, demonstrando alta confiança em si mesmo (Judge, LePine e Rich, 2006). Avaliando as postagens do Líder A é possível encontrar discursos que demonstram tal percepção, como da postagem abaixo, que demonstra uma necessidade de afirmação da independência.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise das postagens do Líder A no LinkedIn revela a presença de traços de comportamento narcisista. A influência das mídias sociais, especialmente do LinkedIn, como uma rede social focada em questões de trabalho, pode servir também como um espaço de manifestação de comportamentos narcisistas. É importante destacar os malefícios do comportamento narcisista na dinâmica organizacional, como a desmotivação dos colaboradores e prejuízo ao clima organizacional. Ademais, a busca constante por reconhecimento e sucesso pode comprometer a qualidade das relações interpessoais no ambiente de trabalho e o desenvolvimento de uma liderança inclusiva e bem-sucedida.

Por fim, destaca-se a importância de uma abordagem multidisciplinar para compreender e enfrentar esse fenômeno complexo do comportamento narcisista entre líderes, além do aprofundamento deste estudo. Juntas, a psicologia organizacional, a comunicação e a administração podem contribuir para soluções que desenvolvam líderes mais conscientes, responsáveis e comprometidos com o bem-estar de suas equipes e organizações.

REFERÊNCIAS

American Psychiatric Association. (2023). **Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais - DSM-5-TR: Texto Revisado** [Hardcover]. Editora: Artes Médicas; 20 de janeiro de 2023.

Baudrillard, Jean. **Tela total**. Porto Alegre: Sulina, 2001.

Bernerth, J. B., Carter, M. Z., & Cole, M. S. (2022). **The (in)congruence effect of leaders' narcissism identity and reputation on performance: A socioanalytic multistakeholder perspective**. *Journal of Applied Psychology*, 107(10), 1725–1742.
<https://doi.org/10.1037/apl0000974>

Campbell, W. K.; Foster, J. D. The Narcissistic Self: Background, an Extended Agency Model, and Ongoing Controversies. In: SEDIKIDES, C.; SPENCER, S. J. (Eds.). **The Self**. [s.l.] Psychology Press, 2007. p. 115–138.

Couldry, N. (2012). **Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice**. Polity Press.

Chen, C., Zhang, M., Hu, X., et al. (2023). **Climb to the top! An examination of how and when leader narcissism promotes workplace status**. **Current Psychology**.
<https://doi.org/10.1007/s12144-023-05141-8>

Edgar. **O Método IV: as ideias**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

Judge, T. A.; LePine, J. A.; Rich, B. L. Loving yourself abundantly: Relationship of the narcissistic personality to self- and other perceptions of workplace deviance, leadership, and task and contextual performance. **Journal of Applied Psychology**, v. 91, n. 4, p. 762–776, 2006.

Lima, Nilma Regina Mendes. **Narcisismo na rede: o espetáculo do hiperindivíduo nas páginas do Facebook**. 2016. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Programa de Pós-graduação, Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Liu, X., Zheng, X., Li, N., Yu, Y., Harms, P. D., & Yang, J. (2022). **A curse and a blessing? A social cognitive approach to the paradoxical effects of leader narcissism**. *Human Relations*, 75(11), 2011-2038. <https://doi.org/10.1177/00187267211015925>

Menezes, Igor Gomes; Gomes, Ana Cristina Passos. **Clima organizacional: uma revisão histórica do construto**. *Psicologia em Revista*, v. 16, n. 1, p. 158-179, 2010.

Recuero, Raquel. **Atos de ameaça à face e à conversação em redes sociais na internet**. In: Primo, Alex(org). *Interações em rede*. Porto Alegre: 2013, p.51-69

Sobre o LinkedIn. Disponível em:

<https://about.linkedin.com/pt-br?trk=homepage-basic_directory_aboutUrl&lr=1>. Acesso em: 25 mar. 2024.

Steffens, N. K., & Haslam, S. A. (2022). **The narcissistic appeal of leadership theories**. **American Psychologist**, 77(2), 234–248.
<https://doi-org.ez15.periodicos.capes.gov.br/10.1037/amp0000738>

Zhou, R.; Yin, W.; Sun, L. How leader narcissism links to team voice behavior: the mediating mechanisms of leader voice solicitation and team voice climate. **Frontiers in Psychology**, v. 12, 2021. Disponível em:
<https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2021.751446>. DOI: 10.3389/fpsyg.2021.751446. ISSN 1664-1078.