

Conexões da Psicologia Social com os Estudos de Aglomerações e Redes

ELISANGELA TAIS MENEZHINI

ALEXANDRE PEREIRA

UNIVERSIDADE DO OESTE DE SANTA CATARINA (UNOESC)

EDUARDO KUNZEL TEIXEIRA

UNIVERSIDADE DO OESTE DE SANTA CATARINA (UNOESC)

INTRODUÇÃO

A analogia (i.e. relação de semelhança entre coisas ou fatos distintos) é uma ferramenta amplamente utilizada na produção de conhecimento científico. Através de analogias encontramos diferentes prismas para lidar com problemas reais, que inclusive muitas vezes avançam com dificuldade enquanto analisados unicamente pelos paradigmas vigentes, circunscritos na própria área de conhecimento. Por exemplo, estudos econômicos e organizacionais recorrem sistematicamente aos conceitos da ecologia para explicar a dinâmica de regiões, cidades e setores econômicos (Moore, 1993; Kuckertz, 2019; Brown et al., 2019), assim como estudos desenvolvidos na área de tecnologia de informação e computação utilizam o cérebro humano como referência na constituição de inteligência artificial (Yashchenko, 2015). Conforme explica Hannon (1997), a analogia é uma forma de resposta criativa que os pesquisadores dão aos problemas investigados. Partindo de uma compreensão dos dois sistemas que são conectados pela analogia, um fenômeno pode receber explicações inteiramente novas e significativas.

Este estudo investiga como as teorias da psicologia social subsidiam os estudos organizacionais sobre cluster e redes. A psicologia social investiga a reação do ser humano à presença de outros seres humanos (Allport, 1985), conseqüentemente, suas teorias procuram modelar as reações e ações dos indivíduos enquanto parte de agrupamentos, estando estes aglomerados ou dispersos. Dado que os clusters e as redes são as representações dos agrupamentos (respectivamente, aglomerados e dispersos) de organizações, o emprego das teorias da psicologia social podem oferecer alternativas para lidar com questões de desempenho de redes de negócios e desenvolvimento de regiões.

Embora todo o arcabouço teórico da psicologia social esteja voltado para o indivíduo, não há dúvidas quanto a possibilidade de se usar a analogia entre ser humano e corporações. Isso é evidenciado nos diversos trabalhos que se apoiam em teorias que explicam a empresa como uma entidade de comportamento consistente, reflexo do protagonismo ou consenso de seus membros (Cyert; March, 1992), sendo que dentre estes comportamentos constam aprender e conhecer (Argote, 2013), conceitos claramente derivados do comportamento humano. Com efeito, faz sentido o uso das teorias da psicologia social para tentar descrever as ações e reações das empresas à presença de outras empresas.

Para verificar como as teorias da psicologia social subsidiam os estudos organizacionais sobre redes e aglomerações, este estudo emprega uma revisão da literatura. O restante do artigo procura explicar os parâmetros que guiaram o trabalho, descrever as teorias que foram utilizadas para analisar fenômenos de redes e aglomerações organizacionais, e discute possibilidades futuras que valorizam a interdisciplinaridade da psicologia social com estudos organizacionais.

MÉTODO

Para analisar a aplicação das teorias da psicologia social em redes e aglomerações foram selecionadas 18 teorias, extraídas de Lange et al (2012), que estudam suas aplicações no nível de análise interpessoal, sendo elas: teoria da necessidade de pertencimento (*need-to-belong theory*), teoria do sociômetro (*sociometer theory*), teoria do apego (*attachment theory*), realidade compartilhada (*shared reality theory*), teoria da equidade em relacionamentos próximos (*equity theory in close relationships*), o modelo de investimento dos processos de compromisso (*the investment model of commitment processes*), teoria das relações comunitárias (e de intercâmbio) (*theory of communal (and exchange) relationships*), teoria da

interdependência (*interdependence theory*), teoria da competição de cooperação (*theory of cooperation competition and beyond*), teoria do foco da conduta normativa (*the focus theory of normative conduct*), teoria da justificação do sistema (*system justification theory*), teoria da justiça (*justice theory*), teoria da influência das minorias (*minority influence theory*), teoria da identidade social (*social identity theory*), teoria da autocategorização (*self-categorization theory*), teoria da dominância social (*social dominance theory*), modelo de identidade comum em grupo (*the common ingroup identity model*) e a teoria do papel social (*social role theory*).

As teorias selecionadas foram utilizadas como palavras-chave em mecanismos de busca nas bases de dados do Web of Science (WOS) e Scopus (SCO). Os termos “network” e “cluster” foram utilizados em conjunto com as teorias para garantir resultados mais coerentes com o objetivo do estudo.

ANÁLISE

Os dados para a pesquisa foram coletados através de fontes secundárias nas bases de dados Web Of Science (WOS) e Scopus (SCO). As buscas foram realizadas através da pesquisa de cada uma das teorias acima citadas em conjunto com as palavras-chave “network” e “cluster”. Os resultados iniciais (em número de publicações) obtidos foram os seguintes:

Tabela 1 – Resultados (nº) da pesquisa nas bases de dados:

Teoria da psicologia social	AND Cluster		AND Network	
	WOS	SCO	WOS	SCO
Teoria da necessidade de pertencimento	-	-	1	1
Teoria do sociômetro	1	1	1	0
Teoria do apego	10	24	10	94
Realidade compartilhada	-	-	-	-
Teoria da equidade em relacionamentos próximos	-	-	-	-
Modelo de investimento dos processos de compromisso	-	-	-	-
Teoria das relações comunitárias (e de intercâmbio)	-	1	-	-
Teoria da interdependência	-	-	15	17
Teoria da competição de cooperação	-	-	-	-
Teoria do foco da conduta normativa	-	-	-	-
Teoria da justificação do sistema	1	1	2	1
Teoria da justiça	3	3	8	13
Teoria da influência das minorias	-	-	1	1
Teoria da identidade social	11	11	104	104
Teoria da autocategorização	2	1	11	10
Teoria da dominância social	-	-	-	2
Modelo de identidade comum em grupo	-	-	1	1
Teoria do papel social	-	-	7	10

Fonte: elaborada pelos autores, 2019.

Os artigos resultantes desta abordagem inicial foram analisados levando em conta o resumo e a utilização da teoria. As pesquisas em que as teorias não eram de fato utilizadas para explicar algum fenômeno relacionado aos clusters ou redes em nível organizacional foram

descartados por serem considerados inadequados para o objetivo deste estudo. Esse processo de filtragem resultou em apenas onze estudos, distribuídos em duas teorias. A teoria da justiça teve um artigo indexado, enquanto a teoria da identidade social teve 10 artigos indexados (ambos relativos ao estudo de redes). As teorias e estudos desta análise foram explorados em detalhe para identificar o uso que estes artigos deram para as teorias.

Teoria da justiça

No contexto histórico atual, as teorias sociais descrevem com maior frequência o ser humano. Abordando os esforços das pessoas para perseguir os seus próprios interesses pessoais, um interesse próprio amplamente definido em termos de recompensas e custos materiais. Em contraste a isso, muitas áreas da psicologia social evidenciam que as pessoas têm um conjunto maior de motivações que estão mais fortemente ligadas a valores que incluem preocupações com o bem-estar de outras pessoas e de grupos, comunidades, organizações e sociedades (Van Lange et al., 2007). Dessa forma, uma contribuição essencial da psicologia da justiça foi demonstrar que os comportamentos, julgamentos e sentimentos das pessoas em contextos sociais são influenciados pelas suas opiniões sobre o que é justo. Opiniões que são distintas das avaliações de interesse próprio pessoal ou de grupo (Tyler e Smith, 1998).

A psicologia da justiça investiga julgamentos sobre os princípios usados para decidir o que é justo ou injusto dentro de contextos sociais. Tal abordagem tem adquirido importância dentro da psicologia social desde a Segunda Guerra Mundial. Período, este, caracterizado por uma explosão da teoria psicológica e pesquisa sobre o estudo de cenários sociais e processos grupais. Sendo assim, as preocupações sobre justiça surgem quando a importância das avaliações subjetivas das situações sociais se tornam claramente reconhecidas na investigação sobre privação relativa (Tyler e Smith, 1998). Inserido nesse panorama geral, os investigadores têm estudado uma variedade de tipos de justiça. Aqui são apresentadas duas delas: a justiça distributiva e a justiça processual.

Com relação a justiça do tipo distributiva aborda-se comparações com questões de justiça, expondo que as pessoas comparam os seus resultados com os padrões do que é um resultado justo ou merecido (Walster et al., 1978). Já referente à justiça processual, aborda os aspectos subjetivos das avaliações das pessoas no que tange o processo de justiça. Ou seja, se tais processos são justos ou injustos, éticos ou antiéticos, e se estão dentro dos padrões de expectativas das pessoas sobre os processos de justiça (Lind e Tyler, 1988; Tyler, 2000).

Aplicado no estudo sobre redes, o estudo de Wu e Chiu (2018) salienta que a colaboração na cadeia de fornecimento é fundamental para alcançar a integração de parceiros para o impacto no desempenho. Deste modo, duas grandes preocupações surgem: comportamentos de compartilhamento da organização e comportamentos de uso da tecnologia. Os comportamentos de compartilhamento de uma organização relacionam-se com a decisão de duas percepções entre os parceiros, o comprometimento dos recursos da rede e a imparcialidade da distribuição de recursos da rede. Além disso, os comportamentos de uso de tecnologia são importantes para os membros da cadeia de suprimentos habilitada por tecnologia da informação. Questões de capital social e justiça pretendem explicar as duas percepções particulares como um modelo de sucesso de sistemas de informação, o qual define os comportamentos de uso de tecnologia. Tal estudo, integra essas questões para examinar sua influência na colaboração da cadeia de suprimentos e, por sua vez, no desempenho da empresa.

O estudo identificou que os três principais problemas de condução (capital social, justiça e uso da tecnologia), como um todo, relatam efeitos diferenciados sobre os comportamentos colaborativos na cadeia de suprimento. Tanto as questões de troca social, capital social e justiça, com seus elementos, não mostram um efeito tão forte quanto o uso da tecnologia. Seus elementos são parcialmente, não todos, encontrados para um efeito de significância. Este foi

um achado interessante para a colaboração da cadeia de suprimentos em termos de comparação com os estudos anteriores a partir de uma perspectiva geral. Para o conceito de justiça, as justças distributivas e processuais são significativas no seu efeito sobre a colaboração, uma vez que a justiça interacional não é.

Os membros da cadeia de fornecimento podem frequentemente sentir relações desequilibradas para a sua prática interpessoal, uma vez que existe um parceiro poderoso para controlar os recursos nas relações em termos de criar efeitos negativos sobre os comportamentos colaborativos (Liu et al., 2012). Vários pesquisadores também fizeram argumentos semelhantes em termos de não considerar o papel da justiça na distribuição de recursos de rede nos comportamentos de compartilhamento de uma organização (Griffith et al., 2006; Narasimhan et al., 2009).

Além disso, o conceito de justiça, que é uma questão importante considerada neste estudo, também pode refletir certos graus da propriedade de comportamentos relacionais, como confiança e reciprocidade. As conclusões argumentam que, como os membros da cadeia de suprimentos tratam seus parceiros de forma justa em termos de alocação e procedimento de recompensa, seus parceiros retribuirão participando de várias atividades colaborativas destinadas a fortalecer a parceria.

Os resultados mostram que a colaboração da cadeia de suprimento desempenha um importante papel mediador para alcançar o desempenho da empresa focal em termos de troca de vários recursos e um alto nível de tomada de decisão conjunta entre os parceiros. Logo, os resultados empíricos verificaram a contribuição teórica para demonstrar um alto nível de poder explicativo da colaboração da cadeia de suprimentos e do desempenho focal da empresa. Em relação a questões organizacionais, estudos anteriores falharam em analisar tanto a teoria do capital social quanto o conceito de justiça ao lidar com recursos de rede para conduzir a colaboração da cadeia de suprimentos.

Esses estudos focalizaram apenas um dos dois conceitos de maneira fragmentada e falharam em fornecer uma consideração completa das questões importantes para entender os comportamentos colaborativos. Por exemplo, vários pesquisadores indicaram a importância do capital social, como poder e relacionamento recíproco, afetando os comportamentos colaborativos na cadeia de suprimentos (Lionel et al., 2008; Villena et al., 2011). Já outros pesquisadores mostraram o conceito de justiça como um importante direcionador para melhorar o desempenho do relacionamento em uma rede de compradores-fornecedores (Liu et al., 2012; Luo, 2007).

Teoria da identidade social

A teoria da identidade social diz que os agentes pensam em si mesmos como membros de grupo e não com indivíduos únicos. Ou seja, o contexto de socialização é um fator chave para como o agente se autodetermina e se comporta. O pertencimento ao grupo está associado à existência de uma característica que os membros do grupo entendem ser comum ao grupo e que também lhes torna distinto dos outros.

A identidade social não apenas reflete a cognição dos agentes que classificam a si mesmos e aos outros dentro deste ou daquele grupo, como também incorpora algum senso no fato de ser classificado dentro ou fora de um determinado grupo. Nesse sentido, dois fatores são distintivos: em primeiro lugar, o escalonamento de importâncias que o agente dá aos grupos aos quais pertence acaba sendo determinante para o escalonamento de cuidado, envolvimento e investimento que o agente faz nestes mesmos grupos aos quais faz parte. Em segundo lugar, os agentes aplicam estratégias para se desconectar de grupos depreciados e ser integrado em grupos valorizados.

Os indivíduos são membros de diversos grupos, então a questão é como um determinado grupo passa a ser destacado (Schneider and Sachs, 2017). Por um lado, o indivíduo faz uma conexão de suas experiências pregressas e motivações atuais com suas identidades sociais, então aquela mais adequada acaba se destacando (acessibilidade cognitiva). Por outro lado, as identidades sociais que conseguem tornar mais marcantes os critérios de pertencimento e exclusão do grupo, onde aquelas com critérios classificatórios melhor estruturados acaba se destacando (adequação situacional) (Schneider and Sachs, 2017).

O trabalho de Blankson et al (2018), por exemplo, identificou que micro e pequenas empresas em áreas rurais de Gana conseguem sustentar uma posição competitiva e se abastecer de informações do mercado mediante relacionamentos com a comunidade em suporte à ações sociais, relações pessoais, e aderindo/participando de práticas religiosas locais.

Schneider e Sachs (2017) usam a teoria da identidade social para modelar o processo de criação de valor pelos *stakeholders*. De acordo com o modelo de Schneider e Sachs (2017), os agentes se auto identificam com características de arquétipos de *stakeholder*, dos quais algum se torna mais pronunciado em virtude da acessibilidade cognitiva e adequação circunstancial. Partindo da existência e formação destes grupos, os autores analisam as consequências da construção de confiança e cooperação como antecedentes da criação de valor.

Mandell et al (2017) demonstrou que os dialetos têm papel central na construção de coesão em redes colaborativas. Considerando que a identidade social é reforçada pelo dialeto que a rede usa, mudanças na linguagem padrão de comunicação da rede têm potencial para produzir mudanças na forma que os seus membros pensam e se comportam. O trabalho de Mols et al (2015) discute sobre a capacidade da identidade social para promover mudanças duradouras no comportamento dos agentes.

A relação entre a identidade social e as pressões institucionais em empresas Chinesas de auditoria foi examinada no trabalho de Wang et al (2017). Os resultados da pesquisa sugerem que, ao receber pressões institucionais contraditórias, as empresas escolhem se adequar ao quadro institucional que estiver mais alinhado com sua identidade social.

A manutenção de diferentes identidades sociais não necessariamente cria conflito entre tais identidades. Em alguns casos uma identidade pode reforçar outra. O trabalho de Guan et al (2013), por exemplo, identificou que as redes de contato e os laços de amizade são importantes antecedentes da construção da identidade social dentro de um time. Ou seja, quanto maior a sobreposição de identidades sociais entre dois agentes, mais sólido tende a se tornar o laço entre eles. Com efeito, a sobreposição de identidades sociais pode ser definidora de confiança e comportamento ético em negociações. Volkema e Rivers (2012), por exemplo, argumenta que quanto mais similaridades dois agentes possuem (compartilham mais identidades sociais) menor a chance de eles empregarem algum comportamento falso ou ambíguo em uma negociação.

O trabalho de Susuki (1998) observou que agentes altamente identificados com um grupo desenvolvem padrões de comunicação diferentes conforme se relacionam intra e extra grupo. Com base na análise de dois casos de redes que envolviam representantes da sociedade civil, terceiro setor, iniciativa privada e poder público, o estudo de Mandell et al (2017) conclui que uma linguagem comum é importante para o desenvolvimento de redes colaborativas, porque a linguagem comum reforça a percepção de identidade social.

Jiang et al (2011) investigou os fundamentos psicológicos em que os executivos seniors se baseiam na hora de construir laços comerciais. Os autores concluíram que quando os executivos são ligados por uma cultura comum, a confiança é mais induzida por fatores emocionais, mas quando os executivos não pertencem a uma mesma cultura, a confiança decorria mais da construção de juízos sobre capacidade e estabilidade técnica.

Apesar da ideia de identidade social ser definida no nível do indivíduo, esta perspectiva pode ser aplicada para relações entre organizações. Como explicam Min et al (2008), uma

empresa pode ser considerada um único agente enquanto existir uma lógica cognitiva que domina e dá consistência para as ações desta empresa. Nesse sentido, a mentalidade de uma empresa reflete a mentalidade dos seus gestores, e estes constroem uma identidade social para suas empresas baseados em diversos fatores.

Seguindo os argumentos elencados por Min et al (2008), as empresas constroem sua identidade social dentro de redes e cadeias de suprimento baseadas na percepção da compatibilidade de objetivos, do transbordamento de atributos edificantes (e.g. reputação, legitimidade), do engajamento em atividades com os outros membros, e da dependência/interrelação econômica. Conforme a identidade social cresce dentro da rede, aumentam interação, confiança e o compartilhamento de valores, o que por sua vez acelera a dinâmica entre os agentes, e isto eleva o desempenho individual e coletivo (Min et al 2008).

DISCUSSÃO

Pelo número de resultados identificados fica evidente que a sinergia entre a psicologia social e os estudos organizacionais sobre redes e aglomerações tem um uso muito modesto. Entretanto, isso não significa a incompatibilidade, mas sim a existência de um potencial não explorado. A aplicação das teorias da justiça social e da identidade social demonstram isso.

Considerando que o resultado desta pesquisa mais aponta um potencial inexplorado, cabe a reflexão de possíveis usos das teorias em questão. O intuito aqui não é esgotar as possibilidades, mas sim exemplificar o ponto de vista central do artigo, explicando algumas teorias da psicologia social que possuem potencial para explicar relações organizacionais.

Teoria do Apego

As origens da teoria do apego datam dos anos 1960 e 1970 no trabalho de John Bowlby. Bowlby analisou a dependência e o vínculo emocional da criança humana com a mãe como resultado de um sistema comportamental instintivo fundamental que ele definiu como social-relacional, ao contrário do conceito de Freud que dizia que o comportamento partia da libido sexual (Bowlby, 1982). Mary Ainsworth contribuiu com o avanço das pesquisas de Bowlby a partir de estudos que observaram o comportamento de mães e bebês que eram visitados durante vários meses. Em 1967, Ainsworth descreveu diferentes padrões de apego infantil (apego seguro, ansioso e evitativo) que ela relacionava com os aspectos do comportamento materno.

Em suas origens, a teoria do apego estudava a relação entre pais e recém-nascidos, mas com o tempo a teoria foi estendida ao estudo da psicologia social Hazan e Shaver (1987) e ao estudo da personalidade de adolescentes, adultos e seus relacionamentos interpessoais próximos (Mikulincer e Shaver, 2007a; Shaver et al., 1988). Os estudos de Mikulincer e Shaver (2007a) afirmam que “a segurança dos apegos, baseada em relacionamentos responsivos e de apoio, desempenha um papel em questões pessoais e sociais de interesse para personalidade social”.

Devido a suas aplicações em estudos que investigam a importância da confiança entre os parceiros de um relacionamento, a teoria do apego pode ser aplicada para pesquisar como a confiança entre os agentes em uma rede de empresas influencia nos seus relacionamentos e desempenho. Também, a partir da teoria do apego, sugere-se pesquisas que estudam a segurança dos apegos aplicada a relações entre empresas dentro de uma rede. Pode-se também viabilizar estudos futuros a respeito dos tipos de apego (seguro, ansioso e evitativo) aplicados às relações entre organizações.

Teoria da Autocategorização

A teoria da autocategorização estuda como cada pessoa se reconhece como indivíduo e como membro de um grupo, analisando como essas variações impactam a percepção sobre o “eu” e o “nós” na mente e no comportamento. Os estudos que desenvolveram a teoria da autocategorização iniciaram em 1971 quando John Turner iniciou seu PhD supervisionado por Henri Tajfel (cocriador da teoria da identidade social) na Universidade de Bistol, no Reino Unido. Turner apresentou seu artigo sobre a categorização social nas relações intergrupos e sobre o paradigma de grupo mínimo na Associação Europeia de Experimentos da Psicologia Social, tendo seu artigo “*Social comparison and social identity: Some prospects for intergroup behaviour*” publicado em 1975 (Turner, 1975).

A teoria da autocategorização pode ser estudada em pesquisas acerca do comportamento das empresas dentro de redes. Por exemplo, como a empresa pensa, sente e age psicologicamente como membro de uma rede e como esses comportamentos se diferem de uma empresa que não é membro de uma rede. Também é possível analisar como a empresa é impactada em seu comportamento ao pertencer a uma rede com outros agentes, como isso reflete em seus valores e em sua identidade.

Em experimentos sociais da teoria da autocategorização, pesquisadores concluíram que os indivíduos destinaram mais de um recurso a outros membros que estavam no mesmo grupo que eles em comparação com membros de um grupo que eles não faziam parte, maximizando as diferenças nas alocações de recursos para os grupos que elas pertenciam (Turner, 1975). E nas redes de empresas? Essa relação de aumento na destinação de recursos ou informações entre membros também acontece? Essas questões podem ser aprofundadas e respondidas em novos estudos.

Teoria da Justificação do Sistema

As pesquisas que iniciaram o desenvolvimento da teoria da justificação do sistema foram publicadas em um artigo chamado “Salvando teorias da exploração do preconceito: estereótipos como justificação social”, submetido em 1991 por John Jost em um seminário sobre estereótipos e preconceitos na Universidade de Yale. A teoria representava a tentativa de unificar duas teorias distintas: uma embasada na filosofia e teoria social na visão marxista e a outra a partir da psicologia social experimental de Lewin, Allport e Tajfel.

A teoria da justificação do sistema mostra que as pessoas são motivadas, em graus variados, para defender, reforçar e justificar o *status quo*, ou seja, os arranjos sociais, econômicos e políticos vigentes. (Jost e Banaji, 1994; Jost e Hunyady, 2002, 2005; Jost et al., 2004a). Inicialmente a teoria estudou os estereótipos, preconceitos e relações intergrupais, mas seus estudos foram expandidos no intuito de pesquisar outros tipos de julgamentos sociais “incluindo atribuições, explicações e racionalizações para eventos sociais; percepções de justiça, legitimidade, merecimento e direito (em relação ao eu e aos outros); atitudes sociais e políticas específicas”. (Lange et al, 2012, Jost et al., 2003b, 2004a, 2004b).

Em Lange et al (2012, p. 335) são apresentados nove postulados identificados sobre a teoria da justificação do sistema a partir das pesquisas realizadas desde seu surgimento. Dentre os postulados identificados, abaixo foram elencados quatro e suas possíveis aplicações para futuras pesquisas sobre as relações entre redes e aglomerados:

- As pessoas em geral são motivadas (muitas vezes inconscientemente) para defender, justificar e reforçar aspectos do status quo, incluindo instituições e arranjos sociais, econômicos e políticos existentes (Lange et al, 2012, p. 335).

Deste postulado podem surgir pesquisas que estudam o que leva as empresas a entrarem ou permanecerem em redes mesmo sem perceber se existem benefícios reais em fazer parte de tal grupo.

- A motivação justificativa do sistema é aumentada quando o status quo é percebido como (a) inevitável ou inescapável, ou (b) criticado, desafiado ou ameaçado, e quando (c) o indivíduo se sente dependente ou controlado pelo sistema (ou representantes). (Lange et al, 2012, p. 335). Com base nessas premissas, pode-se desenvolver trabalhos acerca de como as empresas decidem entrar ou permanecer em uma rede, especialmente no que diz respeito à sensação de dependência ou o sentimento de ser controlado pelo sistema (neste caso, rede) do qual ela faz parte.

- Para membros favorecidos pelo status quo, a justificação do sistema é consonante com motivos de justificação do ego e do grupo, sendo associado à autoestima, ao favoritismo ingrupal e ao bem-estar psicológico. Enquanto em membros de grupos desfavorecidos pelo status quo, a justificação do sistema entra em conflito com os motivos de justificação do ego e do grupo, sendo negativamente associado à autoestima, ao favoritismo ingrupal e ao bem-estar psicológico. (Lange et al, 2012, p. 335).

Nos casos de membros favorecidos ou desfavorecidos, pode-se realizar trabalhos que investiguem redes de empresas nas quais podem existir membros também favorecidos ou desfavorecidos, ou seja, empresas que se beneficiam por fazer parte da rede e aquelas que não têm benefícios na mesma proporção. Assim, futuras pesquisas podem investigar se existem associações desta teoria com a autoestima ou ego das organizações que justifiquem a permanência, por exemplo, de membros desfavorecidos dentro da rede, também pode-se investigar a relação do bem-estar psicológico da organização com a sua permanência em uma rede.

- O endosso de crenças e ideologias justificadoras do sistema está associado com o aumento do afeto positivo e diminuição do afeto negativo para os membros favorecidos e desfavorecidos de grupos. (Lange et al, 2012, p. 335).

Em futuras pesquisas podem ser estudadas as relações de afeto positivo e negativo entre os membros de grupos favorecidos e desfavorecidos dentro das redes de empresas e como isso pode influenciar nos resultados destes membros.

Teoria da Interdependência

Uma das teorias clássicas nas ciências comportamentais é a da interdependência. Teoria, essa, originalmente desenvolvida por John Thibaut e Harold Kelley em 1959. Desde sua origem, princípios e conceitos teóricos de interdependência foram utilizados para analisar dinâmicas de grupo, poder e dependência, comparação social, conflito e cooperação, atribuição e auto representação, confiança e desconfiança, emoções, amor e compromisso, coordenação e comunicação, risco e auto regulação, desempenho e motivação, desenvolvimento social e de neurociência e também modelos de interação social (Kelley et al., 2003; Reis, 2008; Rusbult e Lange, 2003; Lange et al., 2007).

O foco principal da teoria da interdependência está na interação social, um conceito abrangente que capta as noções básicas de vida social, o que ajuda a explicar por que a teoria da interdependência tem sido usada para entender, assim, muitos temas por tanto tempo. Afinal, interação está no coração de onde as pessoas vivem suas vidas sociais. Muitos sentimentos e emoções são enraizadas em interações sociais e muitas crenças e pensamentos são sobre passado ou futuro social das interações. Tipicamente, interações sociais exercem fortes efeitos no experimento. Mas fora do experimento, onde as interações muitas vezes se estendem por períodos substanciais do tempo, as interações sociais tendem a exercer efeitos mais dramáticos sobre o “nós” e nossos relacionamentos.

Pode-se, de fato, ir tão longe a ponto de reivindicar que a interação social preencha quase todos os fenômenos estudados no contexto social e comportamental, incluindo saúde

física e mental, disposições pessoais e cognitivas e experiências afetivas (Reis et al., 2000; Rusbult e Lange, 2003). Em suma, a teoria da interdependência é uma das poucas teorias psicológicas sociais que fornecem uma análise abrangente com uma forte orientação para conceituar estruturas e processos interpessoais. (Kelley and Thibaut, 1978; Kelley et al., 2003; Thibaut and Kelley, 1959).

Em razão de seu abrangente leque de aplicações nas interações sociais, conforme evidenciado por diferentes autores no texto supracitado, a teoria da interdependência poderia assumir uma aplicação em redes de negócios entre empresas, uma vez que seu foco principal está na interação social. E nesse contexto, no relacionamento entre redes de empresas, tem-se as pessoas como fatores-chaves no planejamento/execução de ações na condução de tal rede de relacionamento.

Sendo assim, algumas questões podem surgir, por exemplo: se a teoria analisa processos interpessoais, tais processos poderiam interferir no relacionamento de empresas? Os sentimentos demonstrados e analisados por um determinado grupo de pessoas vinculados a uma determinada empresa poderiam refletir algum aspecto (positivo ou negativo) na rede de negócios dessa organização? Ou ainda, ações desenvolvidas no aspecto social/organizacional dentro de uma determinada organização podem refletir resultados no relacionamento com demais empresas da rede?

CONCLUSÕES

Este artigo procurou identificar o uso de teorias da psicologia social em estudos sobre relações organizacionais. A psicologia social procura descrever a ação e reação do ser humano à presença de outros seres humanos, e nesse sentido, pode ser usada como analogia para compreendermos o comportamento das organizações.

O resultado do artigo aponta para uma modesta conexão entre a psicologia social e os estudos das relações interorganizacionais, muito embora exemplos do potencial para tal conexão tenham sido dados na seção de discussão deste artigo. Nesse sentido, futuras pesquisas podem fazer uso das presentes sugestões e realizar a aplicação das sugestões realizadas.

Embora este trabalho tenha explorado as conexões entre as teorias da psicologia social e os estudos de redes e aglomerações de empresas, tal ação não foi realizada de forma exaustiva. Futuros trabalhos podem ampliar o leque de possibilidades, incorporando outras teorias que não tenham sido demonstradas aqui, ou explorado as conexões em maior detalhe.

REFERÊNCIAS

- Allport, G. W (1985). "The historical background of social psychology". In Lindzey, G; Aronson, E (eds.). *The Handbook of Social Psychology*. New York: McGraw Hill.p.5
- Argote, L. (2013). *Organizational learning: creating, retaining, and transferring knowledge* (Second edition). New York: Springer.
- Blankson, C., Cowan, K., & Darley, W. K. (2018). Marketing Practices of Rural Micro and Small Businesses in Ghana: The Role of Public Policy. *Journal of Macromarketing*, 38(1), 29–56. <https://doi.org/10.1177/0276146717741067>
- Bowlby, J. (1982) *Attachment and Loss: Vol. 1. Attachment*, 2nd Edition. New York: Basic Books. (Originally published 1969).
- Brown, R., Mawson, S., Lee, N., & Peterson, L. (2019). Start-up factories, transnational entrepreneurs and entrepreneurial ecosystems: unpacking the lure of start-up accelerator

- programmes. *European Planning Studies*, 27(5), 885–904. <https://doi.org/10.1080/09654313.2019.1588858>
- Cyert, R. M., & March, J. G. (1992). *A behavioral theory of the firm* (2nd ed). Cambridge, Mass., USA: Blackwell Business.
- Gilbert, D. T., Fiske, S. T., & Lindzey, G. (Orgs.). (1998). *The handbook of social psychology* (4th ed). Boston : New York: McGraw-Hill ; Distributed exclusively by Oxford University Press.
- Griffith, D. A., Harvey, M. G., & Lusch, R. F. (2006). Social exchange in supply chain relationships: The resulting benefits of procedural and distributive justice. *Journal of Operations Management*, 24(2), 85–98. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2005.03.003>
- Guan, K., Luo, Z., Peng, J., Wang, Z., Sun, H., & Qiu, C. (2013). Team Networks and Team Identification: The Role of Leader-Member Exchange. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 41(7), 1115–1123. <https://doi.org/10.2224/sbp.2013.41.7.1115>
- Hannon, B. (1997). The use of analogy in biology and economics: From biology to economics, and back. *Structural Change and Economic Dynamics*, 8(4), 471–488. [https://doi.org/10.1016/S0954-349X\(97\)00019-2](https://doi.org/10.1016/S0954-349X(97)00019-2)
- Hazan, C., & Shaver, P. (1987). Romantic love conceptualized as an attachment process. *Journal of personality and social psychology*, 52(3), 511.
- Jiang, C. X., Chua, R. Y., Kotabe, M., & Murray, J. Y. (2011). Effects of cultural ethnicity, firm size, and firm age on senior executives' trust in their overseas business partners: Evidence from China. *Journal of International Business Studies*, 42(9), 1150–1173. <https://doi.org/10.1057/jibs.2011.35>
- Jost, J. T., & Banaji, M. R. (1994). The role of stereotyping in system-justification and the production of false consciousness. *British journal of social psychology*, 33(1), 1–27.
- Jost, J. T., & Hunyady, O. (2002). The Psychology of System Justification and the Palliative Function of Ideology, 13 EUR. REV. SOC. PSYCHOL, 111.
- Jost, J. T., Banaji, M. R., & Nosek, B. A. (2004). A decade of system justification theory: Accumulated evidence of conscious and unconscious bolstering of the status quo. *Political psychology*, 25(6), 881–919.
- Jost, J. T., & Hunyady, O. (2005). Antecedents and consequences of system-justifying ideologies. *Current directions in psychological science*, 14(5), 260-265.
- Jost, J. T., Glaser, J., Kruglanski, A. W., & Sulloway, F. J. (2003). Political conservatism as motivated social cognition. *Psychological bulletin*, 129(3), 339.
- Kelley, H. H., & Thibaut, J. W. (1978). *Interpersonal relations: A theory of interdependence*. John Wiley & Sons.
- Kelley, H. H., Holmes, J. G., Kerr, N. L., Reis, H. T., Rusbult, C. E., & Van Lange, P. A. (2003). *An atlas of interpersonal situations*. Cambridge University Press.
- Kuckertz, A. (2019). Let's take the entrepreneurial ecosystem metaphor seriously! *Journal of Business Venturing Insights*, 11, e00124. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2019.e00124>
- Lange, P. A. M. V., Kruglanski, A. W., & Higgins, E. T. (Orgs.). (2012). *Handbook of theories of social psychology*. Los Angeles: SAGE
- Lind, E. A., & Tyler, T. R. (1988). *The Social Psychology of Procedural Justice*. <https://doi.org/10.1007/978-1-4899-2115-4>
- Luo, Y. (2007). The Independent and Interactive Roles of Procedural, Distributive, and Interactional Justice in Strategic Alliances. *Academy of Management Journal*, 50(3), 644–664. <https://doi.org/10.5465/amj.2007.25526452>
- Liu, Y., Huang, Y., Luo, Y., & Zhao, Y. (2012). How does justice matter in achieving buyer-supplier relationship performance? *Journal of Operations Management*, 30(5), 355–367. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2012.03.003>

- Mandell, M., Keast, R., & Chamberlain, D. (2017). Collaborative networks and the need for a new management language. *Public Management Review*, 19(3), 326–341. <https://doi.org/10.1080/14719037.2016.1209232>
- Mikulincer, M., & Shaver, P. R. (2007). *Attachment in adulthood: Structure, dynamics, and change*. Guilford Press.
- Min, S., Kim, S. K., & Chen, H. (2008). DEVELOPING SOCIAL IDENTITY AND SOCIAL CAPITAL FOR SUPPLY CHAIN MANAGEMENT. *Journal of Business Logistics*, 29(1), 283–304. <https://doi.org/10.1002/j.2158-1592.2008.tb00079.x>
- Mols, F., Haslam, S. A., Jetten, J., & Steffens, N. K. (2015). Why a nudge is not enough: A social identity critique of governance by stealth: Why a nudge is not enough. *European Journal of Political Research*, 54(1), 81–98. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12073>
- Moore, J. F. (1993). Predators and prey: a new ecology of competition. *Harvard Business Review*, 71(3), 75–86.
- Narasimhan, R., Nair, A., Griffith, D. A., Arlbjørn, J. S., & Bendoly, E. (2009). Lock-in situations in supply chains: A social exchange theoretic study of sourcing arrangements in buyer-supplier relationships. *Journal of Operations Management*, 27(5), 374–389. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2008.10.004>
- Reis, H. T., Collins, W. A., & Berscheid, E. (2000). The relationship context of human behavior and development. *Psychological Bulletin*, 126(6), 844–872. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.126.6.844>
- Reis, H. T. (2008). Reinvigorating the Concept of Situation in Social Psychology. *Personality and Social Psychology Review*, 12(4), 311–329. <https://doi.org/10.1177/1088868308321721>
- Robert, L. P., Dennis, A. R., & Ahuja, M. K. (2008). Social Capital and Knowledge Integration in Digitally Enabled Teams. *Information Systems Research*, 19(3), 314–334. <https://doi.org/10.1287/isre.1080.0177>
- Rusbult, C. E., & Van Lange, P. A. M. (2003). Interdependence, Interaction, and Relationships. *Annual Review of Psychology*, 54(1), 351–375. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.54.101601.145059>
- Schneider, T., & Sachs, S. (2017). The Impact of Stakeholder Identities on Value Creation in Issue-Based Stakeholder Networks. *Journal of Business Ethics*, 144(1), 41–57. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2845-4>
- Shaver, P.R., Hazan, C. and Bradshaw, D. (1988) Love as attachment: The integration of three behavioral systems. In R.J. Sternberg and M. Barnes (eds), *The Psychology of Love*, pp. 68–99. New Haven: Yale University Press.
- Suzuki, S. (1998). In-Group and Out-Group Communication Patterns in International Organizations: Implications for Social Identity Theory. *Communication Research*, 25(2), 154–182. <https://doi.org/10.1177/009365098025002002>
- Thibaut, J. W. (1959). Kelley, HH (1959). The social psychology of groups. *New York*.
- Thibaut, J. W., & Kelley, H. H. (2017). *The Social Psychology of Groups* (1^o ed). <https://doi.org/10.4324/9781315135007>
- Turner, J. C. (1975). Social comparison and social identity: Some prospects for intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 5(1), 1–34. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420050102>
- Tyler, T. R. & Smith, H. J. (1998). Social justice and social movements. Em D. T. Gilbert, S. T. Fiske & G. Lindzey (Orgs.), *The handbook of social psychology* (Vol. 2, pp. 595-629). Boston: McGraw-Hill.
- Tyler, T. R. (2000). Social Justice: Outcome and Procedure. *International Journal of Psychology*, 35(2), 117–125. <https://doi.org/10.1080/002075900399411>
- Van Lange, P., Rusbult, C., Drigotas, S., & Arriaga, X. ([s.d.]). Kelley, HH, & Thibaut, JW (1978). *Interpersonal relations: A theory of interdependence*. New York: Wiley. Komorita,

- SS, & Parks, CD (1995). Interpersonal relations: Mixed-motive interaction. *Annual Review of Psychology*, 46.
- Van Lange, P. A., De Cremer, D., Van Dijk, E., & Van Vugt, M. (2007). Self-interest and beyond. *Social psychology: Handbook of basic principles*, 540–561.
- Villena, V. H., Revilla, E., & Choi, T. Y. (2011). The dark side of buyer-supplier relationships: A social capital perspective*. *Journal of Operations Management*, 29(6), 561–576. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2010.09.00>
- Volkema, R., & Rivers, C. (2012). Beyond Frogs and Scorpions: A Risk-Based Framework for Understanding Negotiating Counterparts' Ethical Motivations: Beyond Frogs and Scorpions. *Negotiation Journal*, 28(4), 379–405. <https://doi.org/10.1111/j.1571-9979.2012.00348.x>
- Wang, P., Yuan, L., & Wu, J. (2017). The joint effects of social identity and institutional pressures on audit quality: The case of the Chinese Audit Industry. *International Business Review*, 26(4), 666–682. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2016.12.007>
- Walster, E., Walster, G. W., & Berscheid, E. (1978). *Equity: Theory and research*.
- Wu, L., & Chiu, M. L. (2018). Examining supply chain collaboration with determinants and performance impact: Social capital, justice, and technology use perspectives. *International Journal of Information Management*, 39, 5-19.
- Yashchenko, V. (2015). Neural-like Growing Networks the Artificial Intelligence Basic Structure. In K. Arai, S. Kapoor, & R. Bhatia (Eds.), *Intelligent Systems in Science and Information 2014* (Vol. 591, pp. 41–55). https://doi.org/10.1007/978-3-319-14654-6_3