



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA

Maria Julia Pegoraro Gai

**Avaliação da Agência (*Agency*) em trabalhadores: construção e propriedades
psicométricas de um instrumento de mensuração**

Tese de Doutorado

Florianópolis, SC

2024

Maria Julia Pegoraro Gai

Avaliação da Agência Pessoal (Agency) em trabalhadores: construção e propriedades psicométricas de um instrumento de mensuração

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Psicologia.

Orientador: Prof. Roberto Moraes Cruz, Dr.

Coorientador: Prof. João Nuno Viseu, Dr.

Florianópolis, SC
2024

Maria Julia Pegoraro Gai

Avaliação da Agência Pessoal (Agency) em trabalhadores: construção e propriedades psicométricas de um instrumento de mensuração

A tese em nível de doutorado foi avaliada e aprovada por banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof. Alexsandro de Andrade, Dr.
Universidade Federal do Espírito Santo

Prof. Luis Felipe Dias Lopes, Dr.
Universidade Federal de Santa Maria

Profa. Andrea Valéria Steil, Dra.
Universidade Federal de Santa Catarina

Certificamos que esta é a **versão original** da tese que foi julgada adequada como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Psicologia.

Coordenação do Programa de Pós-Graduação

Prof. Roberto Moraes Cruz, Dr.
Orientador

Prof. João Nuno Viseu, Dr.
Universidade do Algarve
Coorientador

Florianópolis, 2024.

À Neusa Maria Pegoraro Osmari

Agradecimentos

A concretização dessa pesquisa e do curso de doutorado foi resultado de muito esforço e escolhas desafiadoras. No entanto, não era um desafio que poderia ser realizado sozinho. Foram muitas mãos me ajudando a cada dia nesse processo, de diferentes maneiras. Por isso fica meu sincero agradecimento:

À Deus, pois sem seus desígnios e suporte não teria iniciado essa empreitada, tampouco chegado até o final.

A mim mesma. Não escolhi o caminho mais fácil e não me arrependo disso. Tenho muito orgulho dessa trajetória.

Aos meus pais, Rosania e Alfredo Gai, pelo incentivo, amor e por não terem soltado a minha mão. Foram suporte em todos os dias dessa caminhada.

À minha tia Neusa, fonte de inspiração, que me ajudou desde o início do doutorado até seus últimos dias. Sei que não está aqui para ver o resultado final, nem o momento da defesa, mas também sei o quanto se orgulhava disso e que deve estar feliz por nós de onde você estiver.

Ao meu noivo Willian, por ter sido suporte nos momentos difíceis e felizes e estar presente na construção e concretização desse sonho.

À minha amiga Taimara Foresti, por ter sido minha dupla desde o primeiro até o último dia do curso de doutorado. Nossa história enquanto doutorandas foi construída juntas a cada momento e você faz parte de todas as boas lembranças. Obrigada pela amizade e suporte. Você foi e é fundamental, mana.

Ao meu professor orientador Roberto Moraes Cruz, por todo o suporte e incentivo no curso de doutorado e na pesquisa. Sua leveza e exigência possibilitaram que eu desenvolvesse meu potencial. Aprendi muito com você! Obrigada pela oportunidade.

Aos professores Luis Felipe Dias Lopes e ao meu coorientador João Nuno Viseu, pelo suporte e auxílio em diversos momentos da pesquisa.

Aos professores integrantes da banca de qualificação e defesa, Andrea Valéria Steil e Alexsandro de Andrade, por todo o aprendizado que tive com as orientações de vocês e por suas contribuições ao meu trabalho.

Aos meus familiares, pois de algum modo todos forneceram apoio e auxiliaram para a conclusão dessa etapa.

Aos amigos Synara e Fábio, pelo suporte e apoio emocional nesses últimos anos. Vocês foram muito importantes nessa trajetória.

Aos colegas e amigos Laboratório Fator Humano: Paola, Karen, Pedro, Daniela, Cynthia. Vocês foram fundamentais em vários momentos da pesquisa, mas também da minha vida aqui em Florianópolis. Estenderam e muito a relação de colegas de laboratório. Se tornaram meus amigos. Paola, você foi a primeira pessoa a me estender a mão, ainda que eu fosse uma desconhecida. Não irei esquecer disso. Pedro e Karen, obrigada por terem se doado para me ajudar nos tantos desafios que acontecem ao longo da execução da pesquisa. A todos, fica meu sincero agradecimento e respeito.

Aos integrantes das Empresas Juniores Lacus e Psique. Nossa parceria contribuiu muito para a execução da pesquisa. Vocês foram muito importantes nesse processo.

À CAPES, pelo apoio por meio da bolsa de estudos que possibilitou a realização desta pesquisa.

RESUMO

Agência (*agency*) se refere à capacidade humana de influenciar o funcionamento e o curso dos eventos da vida por meio do estabelecimento de metas pessoais e previsão dos resultados prováveis de ações futuras. Nessa direção, a agência pessoal acentua a autonomia e orienta a tomada de decisões sobre a própria vida, bem como a busca por alcançar objetivos previamente definidos. Ainda que esse construto seja amplamente discutido, há indefinições teóricas e desafios quanto as estratégias metodológicas para investigação do construto, especialmente para a mensuração do fenômeno. O objetivo desse trabalho foi buscar evidências de validade de um instrumento para mensuração da agência pessoal em trabalhadores. A fim de discutir as perspectivas teóricas dos estudos sobre *agency*, executou-se uma revisão integrativa de literatura, em que foram identificadas as principais perspectivas teóricas e metodológicas sobre a agência e seus fatores associados. Além disso, realizou-se uma análise das propriedades psicométricas de instrumentos de mensuração da agência por meio de uma revisão sistemática da literatura especializada. Ambos os estudos revisionais orientaram a construção de um instrumento de avaliação da agência a ser testado empiricamente. Para isso, o instrumento passou por análise fatorial exploratória, que contou com a participação de 505 trabalhadores, em que se obteve evidências iniciais de validade de estrutura interna. A análise fatorial confirmatória foi realizada a partir dos dados de 1.187 trabalhadores responderam ao instrumento, a qual possibilitou a delimitação dos fatores do instrumento, que são: autoeficácia, *locus* de controle interno, planejamento, capacidade de resolução de problemas e capacidade de tomada de decisão. A partir disso, também se buscou a verificação de evidências de validade convergente - por meio da Nova Escala Geral de Autoeficácia – e divergente – com o uso da Escala Beck de Desesperança. Para isso, executou-se uma modelagem de equações estruturais baseado em variâncias com os dados de 1.187 trabalhadores. A partir disso, evidenciou-se a validade de conteúdo, semântica, de estrutura interna, convergente e divergente do instrumento para mensuração da agência construído nessa pesquisa, atendendo ao objetivo geral proposto. O instrumento pode ser utilizado por outros pesquisadores e profissionais para o aperfeiçoamento dos estudos de agência pessoal, bem como para embasar intervenções e investigações na área clínica e do trabalho.

Palavras-chave: Agência Pessoal. Psicometria. Escala. Trabalhadores. Autoeficácia.

ABSTRACT

Agency refers to the human capacity to influence the functioning and course of life events through setting personal goals and predicting the likely outcomes of future actions. In this sense, personal agency accentuates autonomy and guides decision-making about one's own life, as well as the search for achieving previously defined objectives. Although this construct is widely discussed, there are theoretical uncertainties and challenges regarding methodological strategies for investigating the construct, especially for measuring the phenomenon. The objective of this work was to seek evidence of the validity of an instrument for measuring personal agency in workers. In order to discuss the theoretical perspectives of studies on agency, an integrative literature review was carried out, in which the main theoretical and methodological perspectives on agency and its associated factors were identified. Furthermore, an analysis of the psychometric properties of agency measurement instruments was carried out through a systematic review of specialized literature. Both revisionary studies guided the construction of an agency assessment instrument to be tested empirically. To this end, the instrument underwent exploratory factor analysis, with the participation of 505 workers, in which initial evidence of internal structure validity was obtained. Confirmatory factor analysis was carried out using data from 1,187 workers who responded to the instrument, which enabled the delimitation of the instrument's factors, which are: self-efficacy, internal locus of control, planning, problem-solving capacity and decision-making capacity. From this, we also sought to verify evidence of convergent validity - through the New General Self-Efficacy Scale - and divergent validity - using the Beck Hopelessness Scale. To this end, structural equation modeling based on variances was carried out with data from 1,187 workers. From this, the content, semantic, internal structure, convergent and divergent validity of the instrument for measuring agency constructed in this research was evidenced, meeting the proposed general objective. The instrument can be used by other researchers and professionals to improve studies of personal agency, as well as to support interventions and investigations in the clinical and work areas.

Keywords: Personal Agency. Psychometrics. Scale. Workers. Self-efficacy. Structural Equation Modeling.

RESUMEN

La agencia se refiere a la capacidad humana de influir en el funcionamiento y el curso de los acontecimientos de la vida mediante el establecimiento de objetivos personales y la predicción de los resultados probables de acciones futuras. En este sentido, la agencia personal acentúa la autonomía y orienta la toma de decisiones sobre la propia vida, así como la búsqueda del logro de objetivos previamente definidos. Aunque este constructo es ampliamente discutido, existen incertidumbres teóricas y desafíos con respecto a las estrategias metodológicas para investigar el constructo, especialmente para medir el fenómeno. Para resolver estas brechas, el objetivo de este trabajo fue buscar evidencia de la validez de un instrumento para medir la agencia personal en los trabajadores. Para discutir las perspectivas teóricas de los estudios sobre agencia, se realizó una revisión integradora de la literatura, en la que se identificaron las principales perspectivas teóricas y metodológicas sobre la agencia y sus factores asociados. Además, se llevó a cabo un análisis de las propiedades psicométricas de los instrumentos de medición de agencia a través de una revisión sistemática de la literatura especializada. Ambos estudios de revisión guiaron la construcción de un instrumento de evaluación de la agencia que fue probado empíricamente. El instrumento fue sometido a un análisis factorial exploratorio, con la participación de 505 trabajadores, en el que se obtuvo evidencia inicial de validez de estructura interna. Se realizó un análisis factorial confirmatorio a partir de datos de 1.187 trabajadores que respondieron el instrumento, lo que permitió delimitar los factores del instrumento, que son: autoeficacia, locus de control interno, planificación, capacidad de resolución de problemas y capacidad de toma de decisiones. A partir de esto, también se verificaron las evidencias de validez convergente - a través de la Nueva Escala General de Autoeficacia - y validez divergente - utilizando la Escala de Desesperanza de Beck. Para ello se realizó una modelización de ecuaciones estructurales basada en varianzas con datos de 1.187 trabajadores. A partir de esto se evidenció la validez de contenido, semántica, de estructura interna, convergente y divergente del instrumento de medición de agencia construido en esta investigación, cumpliendo con el objetivo general propuesto. El instrumento puede ser utilizado por otros investigadores y profesionales para mejorar los estudios de agencia personal, así como para apoyar intervenciones e investigaciones en el área clínica.

Palabras clave: Agencia personal. Psicometría. Escala. Trabajadores. Autoeficacia. Modelos de ecuaciones estructurales.

Lista de Figuras

Figura 1 –	Etapas da coleta de dados e delimitação do corpus de pesquisa	24
Figura 2 –	Linha do tempo das principais publicações sobre <i>agency</i>	25
Figura 3 –	Mapa de cocitação de autores sobre <i>agency</i>	26
Figura 4 –	Diferentes abordagens de <i>agency</i> nos clusters.....	39
Figura 5 –	Fluxograma da coleta de dados e delimitação do corpus de pesquisa.....	49
Figura 6 –	Distribuição do ano de desenvolvimento das escalas de cada perspectiva teórica.....	67
Figura 7 –	Delineamento para construção do instrumento para mensuração da percepção de agência pessoal.....	85
Figura 8 –	Representação gráfica do modelo de cinco fatores e 28 itens da Escala de Agência Pessoal.....	105
Figura 9 –	Modelo de caminho Inicial da Escala Proposta.....	120
Figura 10 –	Modelo de caminho final.....	127

Lista de Ilustrações

Tabela 1 –	Documentos mais citados sobre <i>agency</i>	25
Tabela 2 –	<i>Clusters</i> , autores, citações e força total de ligação.....	27
Tabela 3 –	Artigos selecionados para análise teórica dos <i>clusters</i>	28
Tabela 4 –	Principais recursos da agência pessoal.....	31
Tabela 5 –	Principais conceitos de <i>agency</i>	40
Tabela 6 –	Instrumentos de mensuração de agência pessoal e suas propriedades psicométricas.....	50
Tabela 7 –	Síntese das propriedades de medidas dos instrumentos de mensuração da agência.....	63
Tabela 8 –	Valores do Coeficiente de Kappa Fleiss e respectivas classificações.....	76
Tabela 9 –	Dimensões de <i>agency</i> e definições conceituais.....	80
Tabela 10 –	Valores do Coeficiente de Kappa Fleiss, quantidade de itens com valores do coeficiente nesse intervalo e respectivas classificações.....	82
Tabela 11 –	Características da amostra.....	86
Tabela 12 –	Resultados da análise fatorial exploratória da Escala de Agência Pessoal (75 itens).....	87
Tabela 13 –	Resultados da análise da TRI para a Escala de Agência Pessoal (75 itens).....	89
Tabela 14 –	Índices e critérios de ajuste da AFC ($p < .05$).....	99
Tabela 15 –	Características da amostra.....	100
Figura 16 –	Estrutura fatorial de cinco, quatro e três dimensões.....	102
Tabela 17 –	Estrutura e cargas fatoriais da Escala de Agência Pessoal no modelo de cinco fatores.....	103
Tabela 18 –	Teste da Invariância da Escala de Agência Pessoal, segundo o sexo.....	106
Tabela 19 –	Carga fatorial, alfa de cronbach, confiabilidade composta e AVE do modelo proposto.....	121
Tabela 20 –	Análise da validade discriminante pelo critério Fornell-Larcker e valores do HTMT.....	124
Tabela 21 –	Resultados da análise multigrupo: (F) Feminino versus Masculino (M) (H16).....	125
Tabela 22 –	Valores de VIF, R^2 e Q^2 para as dimensões do modelo.....	126
Tabela 23 –	Resultados dos efeitos diretos entre as dimensões da escala.....	126

Lista de Abreviaturas e Siglas

AC	<i>List of trait adjectives of Agency and Communion</i>
ACJ	<i>Communion and Agency Judgments</i>
ACT	<i>Agentic and comunal traits</i>
AFC	Análise Fatorial Confirmatória
AFE	Análise Fatorial Exploratória
AHA	<i>Assessment of Human Agency</i>
APAB	<i>Assessment of Personal Agency Beliefs</i>
ATPA-22	<i>Assessment Tool for Perceived Agency</i>
AUT	Autoeficácia
AVE	<i>Average Variance Extracted</i>
BHS	<i>Beck Hopelessness Scale</i>
BIF	<i>Behavior Identification Form</i>
CAMI	<i>Control, Agency, and Means-ends Interview</i>
CEPSH-UFSC	Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal de Santa Catarina
CFI	<i>Comparative Fit Index</i>
CLT	Consolidação das Leis do Trabalho
COSMIN	<i>Consensus-based standards for the selection of health status measurement instruments</i>
CRP	Capacidade de Resolver Problemas
CTD	Capacidade de Tomar Decisões
DES	Desesperança
EAPI	Escala de Agência Pessoal e Interpessoal
EFI	Autoeficácia Geral
EPAQ	<i>Extended Personal Attributes Questionnaire</i>
ESAGE	<i>Escala de Agencia Personal y Empoderamiento</i>
F	Feminino
GEPAQ	<i>German Extended Personal Attributes Questionnaire</i>
GFI	<i>Goodness-of-fit Index</i>
GRI-14	<i>Gender Role Inventory</i>
HTMT	<i>Heterotrait Monotrait Ratio</i>
IAT	<i>Implicit Association Test</i>
INT	Intencionalidade
IVC	Taxa de Concordância
IHS	<i>Interpersonal Hopelessness Scale</i>
LCI	Locus de Controle Interno
M	Masculino
MAPS	<i>Multimeasure Agentic Personality Scale</i>
MAPS-20	<i>Multimeasure Agentic Personality Scale 20</i>
MEE	Modelagem de Equações Estruturais
MFI	<i>McDonald fit index</i>
MGA	<i>Multigroup analysis</i>
Multi-CAM	<i>Multi-dimensional Control Agency Means-ends</i>
NEAG	Nova Escala Geral de Autoeficácia
NFI	<i>Normed Fit Index</i>
PAB	<i>Personal Agency Beliefs</i>

PAQ	<i>Personal Attributes Questionnaire</i>
PAQ	<i>Personal Agency Questionnaire</i>
PAS	<i>Personal Agency Scale</i>
PIAS	<i>Personal and Interpersonal Agency Scale</i>
PLA	<i>Planejamento</i>
PLS-SEM	<i>Partial Least Squares Structural Equation Modeling</i>
PRISMA	<i>Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses</i>
PREM	<i>Premeditação</i>
PRISMA-P	<i>Preferred Reporting Items for Systematic Reviews Protocols</i>
REAT	<i>Autorreatividade</i>
REFL	<i>Autorreflexão</i>
RMSEA	<i>Root Mean Square Error of Aproximation</i>
SEM	<i>Structural Equation Modeling</i>
SMS	<i>Adaptação da Stereotypical Masculinity Scale</i>
SRMR	<i>Standardized Root Mean Square residuals</i>
TCLE	<i>Termo de Consentimento Livre e Esclarecido</i>
TLI	<i>Tucker-Lewis Index</i>
VIF	<i>Variance Inflation Factor</i>

Sumário

1	Introdução.....	14
2	Estudo 1 – Perspectivas teóricas dos estudos sobre agência: uma revisão integrativa	20
2.1	<i>Introdução.....</i>	20
2.2	<i>Método.....</i>	21
2.3	<i>Resultados</i>	23
2.4	<i>Discussão.....</i>	29
2.4.1	<i>Agency e o modelo de causação recíproca triádica – Cluster 1</i>	29
2.4.2	<i>Agency e bem-estar – Cluster 2</i>	33
2.4.3	<i>Sexo, gênero e a influência na agência e comunalidade – Cluster 3</i>	34
2.4.4	<i>Agency e a noção de curso de vida – Cluster 4</i>	35
2.4.5	<i>Agency e cognição – Cluster 5</i>	36
2.4.6	<i>Agency e moralidade – Cluster 6</i>	37
2.4.7	<i>Agency, aprendizagem e processos metacognitivos – Cluster 7</i>	38
2.4.8	<i>Linhas de pesquisa e definições de agency</i>	39
2.5	<i>Considerações finais</i>	42
3	Estudo 2 – Propriedades psicométricas dos instrumentos de mensuração de agency: uma revisão sistemática	44
3.1	<i>Introdução</i>	44
3.2	<i>Método</i>	46
3.3	<i>Resultados.....</i>	48
3.4	<i>Discussão.....</i>	65
3.4.1	<i>Perspectivas teóricas e historicidade dos instrumentos</i>	65
3.4.2	<i>Propriedades psicométricas dos instrumentos</i>	68
3.4.3	<i>População, amostra e idioma dos instrumentos.....</i>	69
3.5	<i>Conclusão</i>	70
4	Estudo 3 – Construção e evidências iniciais de validade de um instrumento para mensuração da agência pessoal em trabalhadores.....	73
4.1	<i>Introdução</i>	73
4.2	<i>Método</i>	75
4.3	<i>Resultados</i>	79
5.3.1	<i>Análise Fatorial Exploratória.....</i>	87
4.4	<i>Discussão</i>	91
4.5	<i>Considerações finais.....</i>	93
5	Estudo 4 - Proposição de Modelo Teórico e Estudo das Propriedades Psicométricas da Escala de Agência Pessoal	96
5.1	<i>Introdução.....</i>	97
5.2	<i>Método.....</i>	99
5.3	<i>Resultados.....</i>	101
5.3.1	<i>Estrutura Fatorial.....</i>	107
5.4	<i>Discussão</i>	110
5.5	<i>Conclusão</i>	113
6	Estudo 5 - Evidências de validade convergente e divergente do instrumento para mensuração de agência pessoal em trabalhadores.....	113
6.1	<i>Introdução</i>	113
6.2	<i>Método</i>	115
6.3	<i>Resultados</i>	119
6.3.1	<i>Especificações do Modelo de Caminho.....</i>	119
6.3.2	<i>Avaliação do modelo de mensuração.....</i>	121
6.3.3	<i>Avaliação da invariância do modelo.....</i>	124
6.3.4	<i>Avaliação do Modelo Estrutural.....</i>	125

6.4	<i>Discussão.....</i>	127
6.5	<i>Conclusão.....</i>	130
	Referências.....	132
	Apêndices	145
	Apêndice A - Protocolo para Revisão Integrativa de Literatura	145
	Apêndice B - Protocolo para Revisão Sistemática de Literatura	147
	Apêndice C - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.....	150
	Apêndice D – Escala de agência pessoal – 75 itens	152
	Apêndice E – Escala de agência pessoal – 45 itens e instrumentos utilizados	155
	Apêndice F – Escala de agência pessoal – 28 itens	160

1 Introdução

A capacidade de agência se trata de uma habilidade de volição pessoal considerada como basilar para a autonomia, o livre arbítrio e o poder e é considerada como um recurso expressivo para o desenvolvimento tanto em nível pessoal como quanto para contextos em nível econômico e social (Cauce & Gordon, 2012). Trata-se da capacidade de decidir e ser considerado como agente responsável por suas escolhas e ações. Tais elementos não podem ser observados sem considerar os objetivos, as metas, as obrigações, as preferências e as prioridades pessoais, visto que o principal aspecto impactado pela capacidade de agência é a própria vida do sujeito agente (Sen, 1985).

A perspectiva banduriana sobre agência humana, embasada a partir da Teoria Cognitiva Social, parte do pressuposto de que as pessoas podem ser agentes em seus ambientes, como também sobre si mesmas. A liberdade é percebida de maneira positiva, como prática da autoinfluência e não como a inexistência de coerção ou restrições advindas do meio externo. Desse modo, a agência humana configura-se a partir de um modelo conceitual de causação recíproca triádica composto pelas influências externas, por fatores pessoais e pela motivação para a ação/comportamento. Ou seja, esses aspectos se autoinfluenciam e são causadores uns dos outros de maneira recíproca e interativa (Bandura, 1989, 2018).

Nesse modelo é destacada a centralidade dos processos cognitivos de autorreflexão e autorregulação, em que se parte do pressuposto de que as pessoas podem ser geradoras de mudanças porque ações e julgamentos estão somente parcialmente autodeterminados. Essas ações autogeradas se relacionam com a capacidade e o significado de influências externas e na relação entre a motivação e a ação. Por esta razão, estão na essência dos processos causais (Bandura, 1989). A partir disso, corrobora-se a influência da interação de processos básicos como um elemento capaz de impactar a agência pessoal, considerando a relevância dos fatores pessoais nesse processo (Vallacher & Wegner, 1989).

As influências autogeradas são tão determinantes do comportamento quanto as interferências do meio. Em um mesmo ambiente, aqueles que conseguiram desenvolver aptidões e ampliar suas opções, associado a um potencial de regular a própria motivação e o comportamento, apresentam mais sucesso em seus empreendimentos em comparação com os que apresentam capacidade de agência restrita (Bandura, 1989). Ao confrontar as diferentes conceitualizações sobre agência humana propostas por diferentes teóricos sobre o tema, observa-se um consenso entre os autores sobre a ideia de “vontade”, identificada como

motivação para a ação e um dos elementos centrais associados à capacidade agêntica (Reynolds & Placido, 2020).

Para exercer a agência pessoal, as pessoas podem utilizar recursos característicos dos seres humanos, intencionalidade, premeditação, autorreatividade e autorreflexão (Bandura, 2001, 2018; Alfaiz et al., 2019). Tais elementos favorecem a autocognição para compreender os conhecimentos, as percepções e os paradigmas que acabam sendo fatores determinantes do comportamento social dos sujeitos que visam objetivos específicos. Desse modo, a agência define-se pela “capacidade dos indivíduos de se dirigirem, planejar, visualizar e se modificar de forma proativa para atingir metas no ambiente social” (Alfaiz et al., 2019, p. 16, tradução nossa).

A vinculação do sujeito com o meio social – e os fatores pessoais que o constituem – não se limita a questões pontuais de influência. Isso se dá porque esse meio externo também faz parte da construção do sujeito e de seus aspectos psicológicos que, por sua vez, atuam sobre o ambiente em que se estabelece uma relação de autoinfluência. Ou seja, o “eu” é constituído e moldado pelo meio social que, por sua vez, é estruturado a partir dos agentes humanos (Bandura, 2000, 2001). Nesse processo, as relações interpessoais que o sujeito estabelece podem atuar como potencializadores da capacidade de agência, logo, a percepção de independência absoluta das outras pessoas não é percebida como apropriada quando se trata da agência pessoal. Nos diferentes momentos da adultez, os níveis de agência são flutuantes, já que as pessoas passam situações que alteram seu grau de dependência em relação a outras pessoas e a capacidade de agência pode ser amplificada por meio das relações sociais (Landes & Settersten Jr., 2019).

Dentre os elementos da agência que exercem implicações para o meio organizacional e as relações de trabalho, Bandura (2018) apontou para o fato de que as pessoas atuam de modos diferentes quanto ao senso de comunalidade e de individualidade dependendo do contexto ou aspecto da vida em questão. Essa observação do autor aponta para possíveis influências dessa percepção pessoal direcionadas ao trabalho, visto que podem gerar interferências em como as pessoas percebem a necessidade de posicionamento mais pautado na comunalidade ou na individualidade nesse contexto específico. O autor ainda discutiu sobre a importância do exercício dos três tipos de agência – pessoal, por procuração e coletiva – para um funcionamento organizacional bem-sucedido, ainda que haja diferenciações de acordo com o contexto cultural.

Além dos impactos da agência no curso de vida e desenvolvimento dos sujeitos (Landes & Settersten Jr., 2019), a noção dessa capacidade perpassa pela influência desse construto no

desenvolvimento regional e econômico em função da relevância da atuação dos sujeitos que desempenham papel de agentes nos sistemas e nas estruturas em que estão inseridos. A agência pode então ser percebida como elemento influenciador do desenvolvimento da economia das determinadas regiões, especificamente pela atuação da agência política, trabalhista e empresarial que propiciam transformações voltadas à inovação. Pelo exercício dessas modalidades de agência, empresários que atuam com esse padrão de comportamento agêntico podem ser considerados como catalisadores de desenvolvimento e transformações regionais, pois exercem um papel de liderança e de agentes empreendedores. A partir dessa perspectiva, a agência humana pode ser observada por meio do exercício do empreendedorismo, em que a ausência desse elemento pode ocasionar prejuízos no desenvolvimento de modo sustentável e a longo prazo de uma região. Em muitos casos, pessoas com características de agência empreendedora se deslocam para localidades com economias mais desenvolvidas visando melhores oportunidades (Huggins & Thompson, 2020).

Trata-se de um fenômeno comportamental importante para a prevenção de determinados eventos, já que se considera que os sujeitos possuem capacidade agêntica para deliberar sobre situações que envolvem algum tipo de risco. No entanto, para a verificação da agência como meio de prevenção bem-sucedida no caso de eventos de risco, é necessário evidenciá-la por meio do uso de medidas explícitas (Pfister et al., 2021). As implicações da agência no trabalho podem ser medidas interessantes para aprofundamentos empíricos, em que se supõe que o aumento da agência pode contribuir para as habilidades organizacionais ou os comportamentos de liderança. Também se interroga sobre quais intervenções podem gerar mais resultados positivos para o desenvolvimento dessa capacidade (Alkire, 2005). Considerando-se esses argumentos, questiona-se: como criar e buscar evidências de validade de um instrumento para a mensuração da agência pessoal de trabalhadores?

Os estudos e as teorizações sobre agência são fundamentados a partir de duas vertentes: uma microanalítica e outra macroanalítica. A primeira – microanalítica – busca focar no funcionamento cerebral e cognitivo, em que se busca compreender o funcionamento dos mecanismos básicos que regulam o comportamento. Já o modelo macroanalítico inclui os aspectos sociais envolvidos nos processos de desenvolvimento, adaptação e mudança, considerando uma interdependência entre o sujeito e o meio social em que está inserido. Apesar desse dualismo analítico, uma teoria holística sobre o fenômeno requer que ambas as percepções sejam incluídas, tanto com os aspectos pessoais como sociais de causalidade, já que os mecanismos socioestruturais influenciam o comportamento por meio dos mecanismos psicológicos (Bandura, 2001). Desse modo, para responder ao problema de pesquisa é

importante considerar essas constatações sobre a dualidade e a configuração multifacetada do fenômeno da agência humana.

Ainda há muitas indefinições em torno das medidas de agência, mas os estudos de cunho empírico não são novidade. No entanto, ao passo que muitos pesquisadores têm iniciado suas pesquisas sem a devida revisão da literatura e das técnicas existentes, muitos esforços têm se configurado como redundantes por esta razão. Sugere-se, então, a investigação de medidas que possibilitam expansões específicas da agência, pautadas na literatura já desenvolvida sobre o fenômeno (Alkire, 2005).

Existe dificuldade em determinar os conceitos abarcados pelo construto agência, em que se observa generalizações e simplificações de tal construto, tanto na tentativa de delimitação teórica como para fins de mensuração. Há diversos instrumentos que se propõem a analisar agência utilizando medidas de conceitos relacionados – como por exemplo, autoeficácia, autodeterminação, *locus* de controle. No entanto, essas medidas acabam abarcando apenas parte dos elementos relacionados à agência, e não a totalidade do construto (Pick et al., 2007).

Neste âmbito, podemos destacar em especial as escalas de autoeficácia alinhadas com a perspectiva Banduriana, que são muito utilizadas" para a mensuração da agência. Esses instrumentos podem estar direcionados a aspectos voltados às habilidades funcionais ou percepção de competência, e não a própria liberdade de agência especificamente, configurando-se como uma medida menos precisa para essa finalidade, uma vez que a medição somente da autoeficácia não engloba a totalidade do construto agência. No entanto, se trata de um elemento a ser considerado, especialmente porque remete a mecanismos internos e subjetivos do sujeito que não podem ser observados a partir de variáveis externas (Alkire, 2005).

A multidimensionalidade da agência deve ser considerada independente da modalidade de mensuração adotada. No entanto, alguns fatores podem ser compreendidos como componentes essenciais que fazem parte do construto, como por exemplo, *locus* de controle e liberdade para decidir. Outros aspectos que podem ser incluídos de acordo com a necessidade que envolve a situação analisada, como o acesso à informação ou a serviços específicos, por exemplo. Esses fatores mais específicos para a análise da agência auxiliam quando a investigação se destina a um contexto ou situação mais delimitada, em que se sabe com maior clareza as habilidades que são requeridas para esse domínio mais pontual da agência humana (Cauce & Gordon, 2012).

A delimitação do construto indica ser o maior desafio para os pesquisadores que se dedicam a esse assunto. Em uma revisão sistemática de Sharp (2014), direcionada a jovens em idade escolar, observou-se que a literatura sobre agência apresenta fragilidades em relação à

consistência e coerência em se tratando da delimitação conceitual do fenômeno, além da identificação de um número reduzido de documentos sobre o assunto, que majoritariamente apresentavam delineamentos qualitativos. Lautamo et al. (2020), que desenvolveram um instrumento que visa medir a agência percebida, salientaram a importância de construir os fenômenos que se pretende mensurar.

Ao propor a mensuração de um dado fenômeno, deve-se atentar que o que é possível de ser mensurado são as propriedades ou atributos referentes a ele desde que possam ser percebidas variações nos indivíduos. Desse modo, a proposta é a identificação e mensuração dos traços latentes desse fenômeno (Pasquali, 1999). A construção de um instrumento de medida psicológica adota procedimentos trabalhosos e extensivos, o que requer um embasamento teórico solidificado a respeito do construto, não só para a criação dos itens como para subsidiar as decisões metodológicas no decorrer desse processo (Bandeira & Hutz, 2019).

A partir dessas constatações e da lacuna de conhecimento teórica e metodológica identificada, o objetivo geral desta proposta de pesquisa foi o de buscar evidências de validade de um instrumento para a mensuração da agência pessoal em trabalhadores. A escolha de os participantes da pesquisa serem trabalhadores se dá pelas implicações práticas que a agência pessoal tem no mundo do trabalho. A nível organizacional, observa-se os impactos no desenvolvimento e nas transformações regionais, na liderança e no empreendedorismo (Huggins & Thompson, 2020). A nível pessoal salienta-se as implicações para a percepção de carreira (Chen & Hong, 2020), prevenção de comportamentos que representam risco e adoção de comportamento seguro (Pfister et al., 2021). Além disso, esse fenômeno ainda não tem sido investigado com profundidade no contexto brasileiro, especialmente pela carência de instrumentos de mensuração.

Para isso o alcance do objetivo geral, é necessário atender anteriormente a objetivos específicos, que são:

- Discutir as perspectivas teóricas dos estudos sobre *agency*;
- Analisar as propriedades psicométricas de instrumentos de mensuração de *agency*;
- Construir um instrumento para mensuração de agência pessoal em trabalhadores;
- Analisar as evidências de validade e precisão de um instrumento para mensuração de agência pessoal em trabalhadores;

Esses objetivos foram alcançados em estudos específicos em que se obteve avanços no tocante à delimitação conceitual sobre o fenômeno e a disponibilidade de um instrumento para a mensuração da agência pessoal com evidências de validade. A partir dessa definição, na

sequência deste trabalho estão apresentados o Estudo 1 e o Estudo 2, que proporcionaram o embasamento teórico da pesquisa de tese e respondem aos dois primeiros objetivos específicos, respectivamente. Nos Estudos 3, 4 e 5 apresentam-se os dados que permitem alcançar o objetivo de construir e analisar as propriedades psicométricas de instrumentos de mensuração de *agency*; o que possibilitou a contemplação do objetivo geral da tese.

2. Estudo 1 – Perspectivas teóricas dos estudos sobre agência: uma revisão integrativa

2.1 Introdução

A agência humana se trata da percepção de que os indivíduos não são apenas produtos das circunstâncias de vida a que são submetidos. Pelo contrário, são cocriadores dessas circunstâncias e suas consequências. São influenciados pelo meio, ao passo que também são influenciadores (Bandura, 2006). Considerada como a capacidade de fazer escolhas, definir objetivos e agir em prol dessas decisões, é determinada pela possibilidade de possuir alternativas para que se possa exercer essa capacidade de volição deliberada e “poder interno” (Kabeer, 1999), que tem impactos no âmbito pessoal, social e econômico (Cauce & Gordon, 2012).

As discussões acerca da conceitualização de *agency* não são recentes. Mesmo com o desenvolvimento conceitual do construto por diferentes autores a partir de distintas perspectivas teóricas e estudos empíricos, a queixa de imprecisão do termo sugere não ter sido solucionada. A associação do construto com diversos outros conceitos é um fator observado nessa imprecisão, em que reducionismos ou generalizações inadequadas são observados no uso da expressão, visto que boa parte dos conceitos utilizados se trata de dimensões da agência. No entanto, esses equívocos acabam não contemplando a totalidade e complexidade envolvida na compreensão da *agency*, sendo recomendado um processo de reconceitualização da agência humana contemplando seu aspecto social relacionado ao passado, mas também dirigido ao presente e ao futuro (Emirbayer & Mische, 1998; Alkire, 2005; Pick et al., 2007).

Nesse processo, é fundamental a compreensão da teoria já existente sobre o construto, visto que a não observação e revisão dos avanços de estudos e técnicas pré-existentes acaba por ocasionar esforços redundantes nas pesquisas sobre o assunto (Alkire, 2005). Mesmo com as diferentes conceitualização e percepções sobre agência, há concordância entre os autores sobre a necessidade de considerar a multidimensionalidade do construto independentemente do método adotado para investigação. Alguns fatores podem ser inseridos ou retirados de acordo com a necessidade ou caso específico, no entanto, outros são elementos fundamentais para a compreensão do *agency*, tais como *locus* de controle e liberdade para decidir, por exemplo (Cauce & Gordon, 2012). A ideia de vontade aparece como elemento consensual associado à agência, caracterizada como a motivação para execução da ação (Reynolds & Placido, 2020).

Cabe mencionar que diferentes níveis e tipos de agência são necessários e variam de acordo com as distintas situações e contextos vivenciados, que não se limitam a agência pessoal.

Nesse processo, essa característica pode ser impulsionada pelos ambientes sociais e relacionais que o indivíduo possui. Com isso, a ideia de “independência” total de outras pessoas não é um pressuposto alinhado com a capacidade de agência, visto que as pessoas nunca estão desconectadas de suas relações umas com as outras, em que exercem influência entre si (Landes & Settersten Jr., 2019). Logo, o modo de funcionamento dos indivíduos é um resultado decorrente das influências intrapessoais e das forças ambientais a que estão submetidos (Bandura, 2018).

Mesmo com consensos sobre diversos elementos associados ao construto, ainda há uma lacuna teórica que carece de investigações. Nesse processo, a delimitação conceitual é um elemento fundamental para estudos posteriores e para a escolha de instrumentos de mensuração, o que requer um entendimento conceitual abrangente, assim como dos fatores que compõem o construto (Mokkink et al., 2010). Para a construção de um instrumento de medida é requerido que sejam contempladas etapas para que esse instrumento seja válido e confiável, que são passíveis de subdivisões em três processos, que são os polos teórico, empírico e analítico. O polo teórico refere-se à fundamentação teórica do construto a ser analisado, em que se deve ter clareza dos fatores e conceitos relacionados. O polo empírico abarca a aplicação do instrumento elaborado, tanto em seu formato piloto, como na coleta de dados propriamente dita. Por fim, o polo analítico contempla as análises estatísticas visando a validação da ferramenta (Pasquali, 1999).

Tendo isso em vista, este estudo se preocupa com a primeira etapa proposta por Pasqualli (1999) - o polo teórico -, enfocando no embasamento teórico para uma etapa posterior de identificação de itens para mensuração de agência visando o desenvolvimento de um instrumento de medida. Para isso, utilizou-se o método de revisão integrativa, que além de ser precursora de uma revisão sistemática posterior, será utilizado como base para o desenvolvimento de um instrumento para mensurar a *agency*. Logo, o objetivo deste estudo foi discutir as perspectivas teóricas dos estudos sobre *agency*.

2.2 Método

A execução de revisões de literatura integrativas possibilita sistematizar o conhecimento já disponível, com a integração de estudos de diferentes abordagens metodológicas. Isso viabiliza um embasamento teórico sólido a respeito do assunto investigado ao ampliar o conhecimento e propiciar novos *insights* para as investigações (Cronin & George, 2020). Por esta razão, adotou-se este método de revisão de literatura, que torna possível abarcar distintas

perspectivas teóricas e metodológicas sobre a *agency*, ainda que seja adotada um método sistematizado para coleta e análise dos dados (Doolen, 2017). Para isso foi elaborado um protocolo *a priori* a fim de nortear as etapas de execução conforme o Apêndice A, com base nas designações propostas pelo PRISMA-P (Moher et al., 2015).

O caráter exploratório da pesquisa se dá por se tratar de um fenômeno que carece de investigações para esclarecimentos e avanços. Além disso, este estudo não é caracterizado por ter uma finalidade objetiva em si, já que proporcionara a identificação de tendências, potencialidades e contextos de pesquisa, fornecendo direcionamento para os estudos que se seguem (Sampieri & Torres, 2018). Para execução do estudo, seguiram-se quatro etapas:

1) identificação do problema de pesquisa que norteia a revisão de literatura, que é: quais são as perspectivas teórico-metodológicas dos estudos sobre *agency*?

2) Definição dos critérios para extração e seleção dos documentos: para identificar os artigos para compor o *corpus* de pesquisa, selecionaram-se as bases de dados *Scopus* e *Web of Science* para a realização das buscas dos documentos, que são bases de dados internacionais. As buscas foram realizadas em outubro de 2020 e atualizadas em fevereiro de 2021 por duas revisoras independentes, contemplando todos os artigos até o período de dezembro de 2020.

A estratégia de busca utilizada foi: ((*"sense of agency"* OR *"human agency"* OR *"judgment of agency"* OR *"agency judgment"* OR *"personal agency"* OR *"types of agency"* OR *"forms of agency"* OR *"perceived agency"* OR *"feelings of agency"*) AND (*measur** OR *assessment* OR *validity* OR *evaluation* OR *inventory* OR *scale* OR *"measures of agency"* OR *instrument*)), investigada em títulos, resumos e palavras-chave. A escolha por esse delineamento metodológico para busca dos dados se deu para a fim de utilizar o mesmo banco de dados encontrado para uma posterior revisão sistemática da literatura.

3) Definição dos critérios de inclusão e exclusão dos documentos: os documentos das bases de dados foram analisados considerando os critérios de inclusão: 1) artigos que abordam o conceito de *agency* a partir de uma perspectiva cognitiva e comportamental; 2) estudos teóricos ou empíricos e; 3) artigos em português, inglês ou espanhol. Não se restringiu a nenhum tipo de documento específico. A análise da elegibilidade foi feita a partir da leitura dos resumos por duas revisoras independentes. Os casos de divergência nas decisões das revisoras foram discutidos até que se chegasse a um consenso.

4) Análise dos resultados e limitações da revisão: a análise dos resultados foi feita por meio de três etapas, que são: 1) análise de citação; 2) análise teórica acerca dos documentos

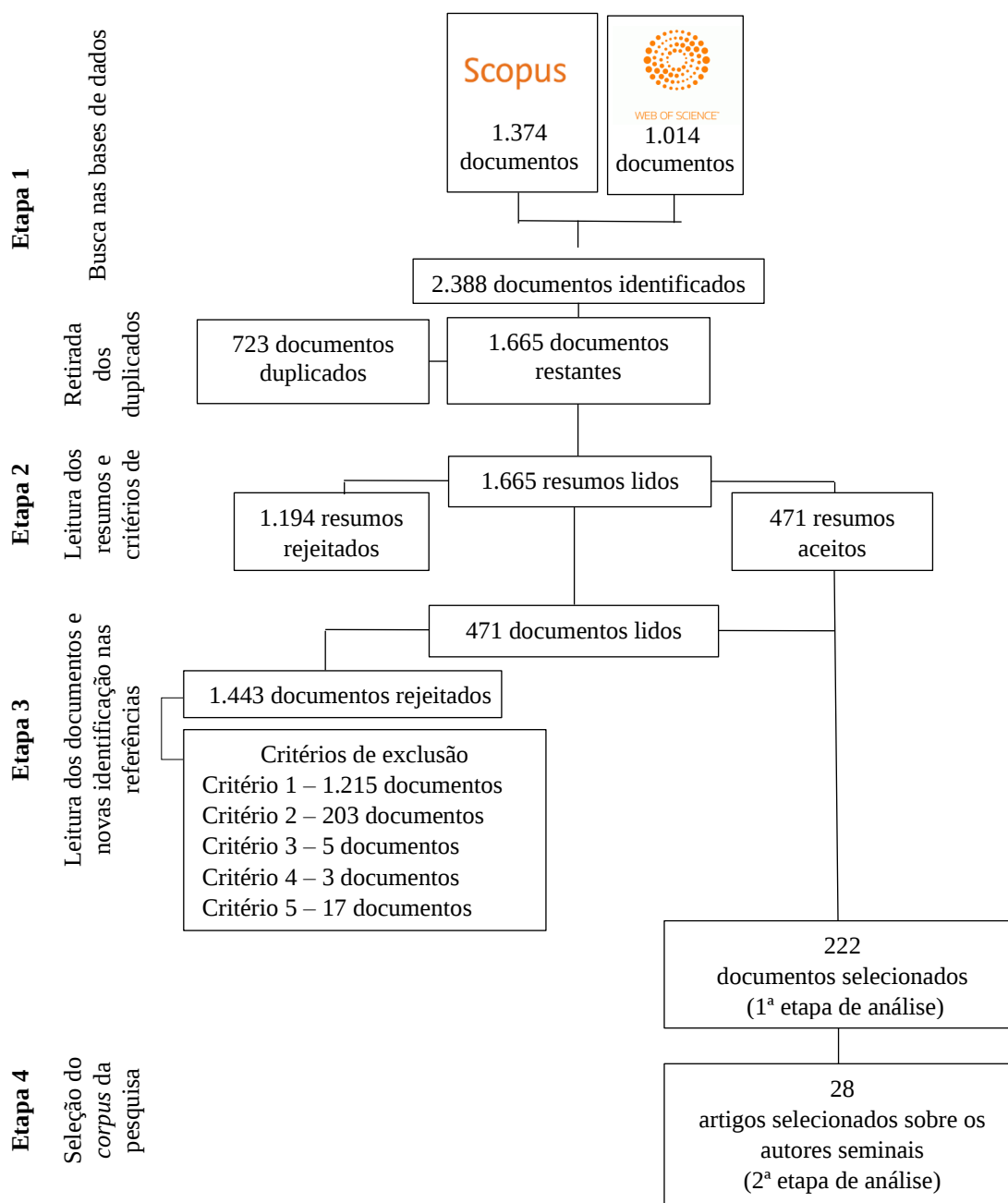
mais citados dos principais autores de cada *cluster* identificados através da análise de cocitação e; 3) análise teórica sobre os principais autores de cada *cluster*.

Na análise de cocitação de autores verificou-se a frequência em que os pesquisadores foram citados concomitantemente nos documentos analisados, o que possibilitou a identificação de proximidade dos autores mencionados (Grácio, 2016; Zupic & Cater, 2014). Para isso, utilizaram-se os documentos selecionados e o *software* VOSviewer. Devido a recomendação do uso de filtros para limitar os resultados da análise de cocitação para auxiliar no gerenciamento das informações (Zupic & Čater, 2014), utilizou-se como filtro um mínimo de 12 citações por autor, por possibilitar a identificação dos autores com maior destaque.

A partir da matriz decorrente da análise de cocitação, executou-se a análise teórica sobre os principais autores de cada *cluster*. Para isso, foi realizada uma análise de citação por meio do *software* Histcite para verificar os autores mais citados pelo *corpus* de pesquisa (Grácio, 2016; Zupic & Cater, 2014). Com base nessa análise, selecionaram-se os documentos mais citados no *corpus* de pesquisa dos autores em evidência na análise cocitação, considerados seminais para os estudos da *agency*. Como critérios de inclusão para a análise, selecionaram-se apenas documentos em formato de artigo com maior número de citações. Nos casos em que foi necessário escolher entre dois documentos, utilizou-se como critério os artigos mais recentes e de diferentes autores. Foram selecionados 4 artigos de cada *cluster*, totalizando 28 artigos.

2.3 Resultados

A partir dos 2.388 documentos identificados, observou-se os critérios de inclusão para a seleção dos artigos. Com base na leitura dos resumos selecionou-se 471 artigos para leitura completa e verificação dos critérios de inclusão. Feito todo processo de filtragem, identificou-se que 1.215 abordam a *agency* a partir de uma perspectiva de movimento muscular, como organização ou outros que não se referiam ao comportamento e à cognição (Critério 1); 203 são artigos que têm relação com o tema, mas não têm enfoque no estudo da *agency* (Critério 2); 5 são documentos duplicados (Critério 3); 3 artigos estão em outros idiomas que não o português, inglês ou espanhol (Critério 4) e; 17 documentos não estavam disponíveis *online* na versão completa (Critério 5). Com base nessa leitura e filtros, selecionaram-se 222 artigos. A Figura 1 apresenta as etapas de delineamento do *corpus* de pesquisa.

Figura 1*Etapas da coleta de dados e delimitação do corpus de pesquisa*

Fonte: elaborado pela autora com base no PRISMA (Moher et al., 2009).

Com 222 artigos selecionados, iniciou-se a análise de cocitação de autores que possibilitou a verificação de quais autores são mais influentes em um tema de pesquisa, além da identificação e recomendação da “lista de leitura” sobre um determinado assunto (Zupic & Čater, 2014). A partir do *corpus* de pesquisa selecionado por meio da *Scopus* e da *Web of*

Science, identificaram-se os 10 documentos mais citados nesses documentos, em que os dados obtidos constam na Tabela 1.

Tabela 1

Documentos mais citados sobre agency

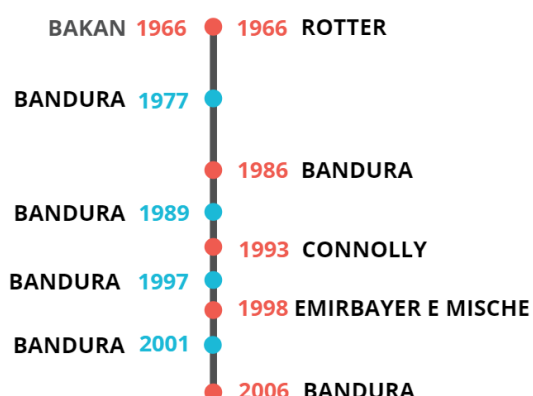
Documento	Número de citações no corpus de pesquisa	%
Bandura (2001)	21	9.5
Bandura (1986)	20	9
Connolly (1993)	20	9
Bandura (1997)	14	6.3
Rotter (1966)	13	5.9
Bandura (1989)	12	5.4
Bandura (2006)	12	5.4
Emirbayer (1998)	12	5.4
Bandura (1977)	10	4.5
Bakan (1966)	9	4.1

Fonte: elaborado pela autora.

Com base nos dados obtidos na Tabela 1, evidenciou-se a primazia de citações dos estudos de A. Bandura no *corpus* de pesquisa selecionado, visto que dos dez documentos mais citados, seis são deste autor. Dos outros quatro incluídos nessa listagem, nenhum autor aparece com mais de um documento em destaque. A partir dessa análise, estabeleceu-se uma linha do tempo considerando essas principais publicações (Figura 2). Evidenciou-se que muitos autores estrearam suas publicações sobre *agency* antes mesmo do seu artigo mais citado sobre o assunto. No entanto, para fins de apresentação dos dados, considerou-se apenas os documentos com maior destaque como indicado na análise dos dados.

Figura 2

Linha do tempo das principais publicações sobre agency



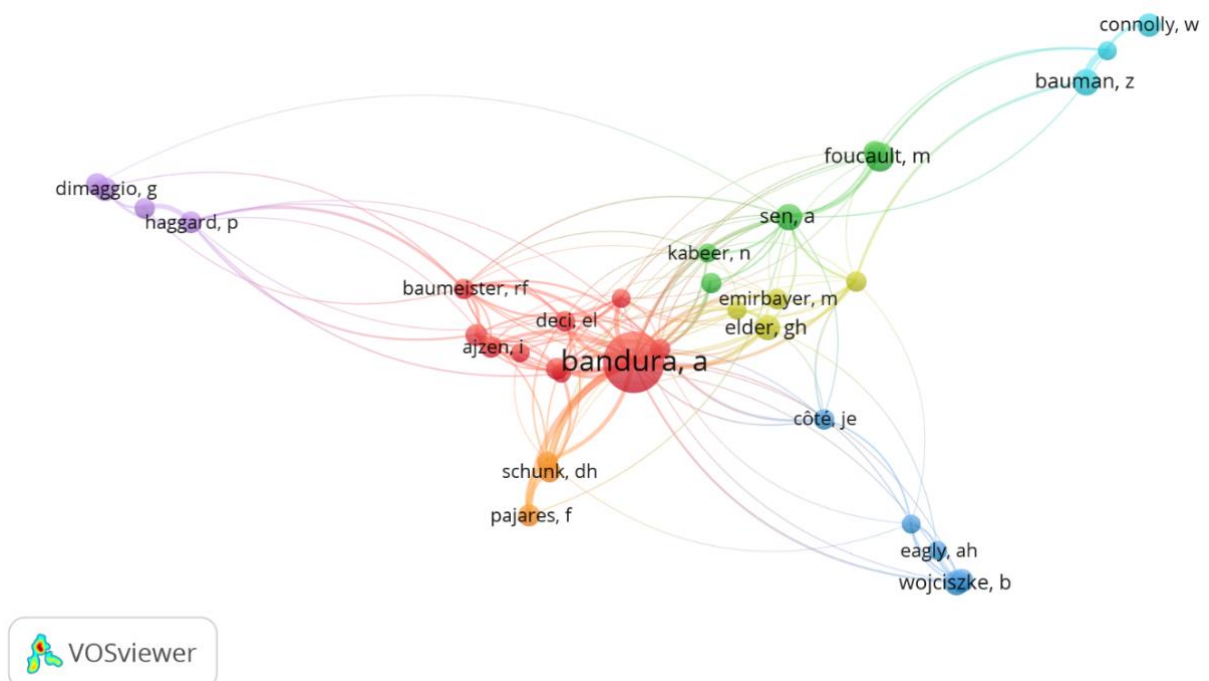
Fonte: elaborado pela autora.

A partir da ilustração, destaca-se o ano de 1966 com duas principais publicações seminais de Bakan (1966) e Rotter (1966). Bakan (1966) introduziu a discussão sobre os determinantes do comportamento em termos de características de agência e comunalidade, aspectos que impactam diretamente no funcionamento social dos indivíduos. Rotter (1966) abordava a ideia de controle interno e externo associada à agência humana, trazendo a discussão de comportamentos reforçadores e sua influência na manutenção e estímulo de um comportamento. Em seguida, a linha do tempo é predominada pelos estudos de Bandura (1977, 1986, 1898, 1997, 2001, 2006). Cabe destacar que nesse processo de análise de citações, os documentos mais antigos tendem a ser mais citados em função do maior período em que estão disponíveis.

A segunda etapa de apresentação dos dados referiu-se à análise de cocitação de autores. Esse método possibilita a identificação da estrutura intelectual da literatura sobre um determinado assunto a partir da concepção sobre os diferentes conceitos por parte da comunidade científica, assim como quais são os pesquisadores centrais e intermediários e de que modo esse campo se desenvolveu e se estabeleceu em seu processo de desenvolvimento (Zupic & Čater, 2014). A representação gráfica da análise de cocitação de autores sobre *agency* está ilustrada na Figura 3, que possibilita visualizar e identificar os *clusters* decorrentes dessa análise.

Figura 3

Mapa de cocitação de autores sobre agency



Fonte: elaborado pela autora.

Com base no mapa de cocitação derivado da análise gerada pelo VOSviewer, 34 autores foram identificados com destaque, subdivididos e agrupados em 7 *clusters*. Os *clusters* foram identificados por cores na Figura 3 – *Cluster 1* (vermelho), *Cluster 2* (verde), *Cluster 3* (azul escuro), *Cluster 4* (amarelo), *Cluster 5* (roxo), *Cluster 6* (azul claro), *Cluster 7* (laranja). Na Figura 3 não aparecem todos os autores identificados, os quais são mencionados na Tabela 2.

Tabela 2

Clusters, autores, citações e força total de ligação

Cluster	Autor	Citações	Força total de ligação
<i>Cluster 1</i>	Bandura, A.	215	727
	Rotter, J. B.	15	149
	Baumeister, R. F.	14	143
	Deci, E. L.	14	141
	Ryan, R. M.	13	117
	Skinner, E. A.	13	110
	Dweck, C. S.	16	104
	Little, T. D.	18	89
	Ajzen, I.	18	63
	Ford, M. E.	13	36
<i>Cluster 2</i>	Sen, A.	27	125
	Foucault, M.	34	62
	Kabeer, N.	13	30
	Diener, E.	14	33
	Taylor, C.	16	20
<i>Cluster 3</i>	Abele, A. E.	19	99
	Wojciszke, B.	22	95
	Bakan, D.	12	36
	Côté, J. E.	15	35
	Eagly, A. H.	13	33
<i>Cluster 4</i>	Elder, G. H.	24	104
	Giddens, A.	15	83
	Emirbayer, M.	15	53
	Pearlin, L. I.	12	53
<i>Cluster 5</i>	Haggard, P.	16	103
	Moore, J. W.	14	62
	Dimaggio, G.	19	46
	Lysaker, P. H.	16	23
<i>Cluster 6</i>	Arendt, H.	12	124
	Bauman, Z.	27	107
	Connolly, W.	19	19
<i>Cluster 7</i>	Schunk, D. H.	18	213
	Pajares, F.	18	188
	Betz, N. E.	15	83

Fonte: elaborado pela autora.

Para a análise dos *clusters* identificados por meio da análise de cocitação, que se refere à terceira etapa de análise dos dados, selecionaram-se os documentos mais citados dos autores de cada *cluster* decorrente da análise cocitação, sugerindo serem artigos seminais a respeito do assunto. Como critérios de inclusão para a análise, selecionaram-se apenas documentos em formato de artigo para a análise, considerando o maior número de citações. Nos casos em que foi necessário escolher entre dois documentos, utilizou-se como critério os artigos mais recentes e artigos de diferentes autores. Foram selecionados 4 artigos cada *cluster*, totalizando 28 artigos. Os documentos selecionados de acordo com os autores e número de citações estão dispostos na Tabela 3.

Tabela 3

Artigos selecionados para análise teórica dos clusters

<i>Clusters</i>	Artigos selecionados	Número de citações	Percentual no <i>corpus</i>
<i>Cluster 1</i>	Bandura (2001).	21	9.5
	Rotter (1966).	13	5.9
	Bandura (1989).	12	5.4
	Bandura (2006).	12	5.4
<i>Cluster 2</i>	Sen (1985).	4	1.8
	Diener e Tov (2012).	1	.5
	Taylor et al. (2017).	1	.5
	Diener (2012).	1	.5
<i>Cluster 3</i>	Abele e Wojciszke (2007).	4	1.8
	Abele (2003).	3	1.4
	Wojciszke e Abele (2008).	3	1.4
	Abele e Wojciszke (2014).	2	.9
<i>Cluster 4</i>	Emirbayer e Mische (1998).	12	5.4
	Elder Jr. (1994).	5	2.3
	Elder Jr. et al. (1995).	2	.9
	Elder Jr. (1998).	2	.9
<i>Cluster 5</i>	Haggard e Tsakiris (2009).	2	.9
	Dimaggio et al. (2002).	2	.9
	Dimaggio et al. (2008).	2	.9
	Haggard et al. (2002).	2	.9
<i>Cluster 6</i>	Connolly (1993).	20	9
	Arendt (1971).	1	.5
	Bauman (2000).	1	.5
	Bauman (2011).	1	.5
<i>Cluster 7</i>	Pajares (1997).	3	1.4
	Schunk (2008).	2	.9
	Betz (1987).	2	.9
	Pajares e Graham (1999).	2	.9

Fonte: elaborado pela autora.

A análise teórica dos *clusters* identificados foi baseada nos 28 artigos expostos na Tabela 3.

2.4 Discussão

A relevância dos estudos empíricos e teóricos de Bandura ficam evidenciados tanto pela análise de citação de documentos quanto de cocitação de autores. Observou-se que os documentos mais citados pelo *corpus* de pesquisa selecionado foram de Bandura (1986, 2001) e, dos dez mais citados, seis foram desse autor (Bandura, 1977, 1986, 1898, 1997, 2001, 2006). A análise de cocitação de autores corrobora a centralidade de Bandura nos estudos sobre *agency*, em que fica evidenciado que é o autor principal tanto do *cluster* a qual faz parte, mas que também estabelece um maior número de relações com os demais autores e *clusters*. A partir da análise de cocitação de autores observou-se sete *clusters* relacionados às diferentes perspectivas teóricas dos estudos sobre *agency*.

2.4.1 Agency e o modelo de causação recíproca triádica – Cluster 1

A principal categoria dos estudos de *agency* e que contempla o maior volume de artigos e maior quantidade de citações está relacionada com as pesquisas de Bandura, o principal autor sobre a temática. Estão associados a esse autor: Rotter, J. B., Baumeister, R. F., Deci, E. L., Ryan, R. M., Skinner, E. A., Dweck, C. S., Little, T. D., Little, T. D., Ajzen, I. e Ford, M. E. Ainda que os principais documentos que partem dessa perspectiva teórica sejam de autoria de Bandura, Rotter (1966) já desenvolvia significativos desdobramentos teóricos associados a *agency* relacionada com a ideia de controle interno e externo, embasado na Teoria da Aprendizagem Social.

Para Rotter (1966), a efetividade de reforços ou recompensas depende da maneira como são percebidos, especialmente se a recompensa é decorrente do próprio comportamento ou controlado por forças externas. A partir desse entendimento, nos casos em que um reforço ocorre sem que esteja relacionado com uma ação ou comportamento do indivíduo pode ser considerado como uma situação decorrente de “sorte ou acaso”, passando a ser relacionado a um controle externo. No entanto, nas situações em que um evento é percebido como derivado de ações individuais prévias, há a percepção de controle interno do sujeito. Essa noção de

controle interno é de grande relevância para o desenvolvimento da teoria sobre *agency* e segue sendo considerada associada a esse construto.

A proposta banduriana para o entendimento da agência humana é pautada em um modelo de causação recíproca triádica, ou seja, fatores que se autoinfluenciam e são causadores uns dos outros. O autor considerava que a forma de operação da agência é interativa, tendo em vista que os sujeitos contribuem causalmente para a sua motivação e ação a partir desse modelo. Para Bandura (1989, p. 1175, tradução nossa), “ação, fatores cognitivos, afetivos e outros fatores pessoais e eventos ambientais funcionam como determinantes de interação”.

Destaca-se a centralidade dos processos cognitivos de autorreflexão e autorregulação, em que se parte do pressuposto de que as pessoas podem ser geradoras de mudanças porque ações e julgamentos estão somente parcialmente autodeterminados. Essas ações autogeradas se relacionam com a capacidade e o significado de influências externas, assim como na relação entre motivação e ação. Por essa razão, estão na essência dos processos causais (Bandura, 1989).

Diversos fatores influenciam o curso dessas ações e da capacidade agência, alinhados com a tríade causal proposta por Bandura (1989). Para essa perspectiva da teoria cognitiva social, influências autogeradas são tão determinantes do comportamento quanto as interferências do meio. No entanto, considerando um mesmo ambiente, aqueles que conseguiram desenvolver aptidões e ampliar suas opções e que têm potencial de regular sua motivação e comportamento apresentam mais sucesso em seus empreendimentos em comparação com os que apresentam capacidade de agência restrita (Bandura, 1989).

A vinculação do sujeito – e os fatores pessoais que o constituem – com o meio social não se limita a questões pontuais de influência, visto que esse meio externo também faz parte da construção do sujeito e de seus aspectos psicológicos que, por sua vez, atuam sobre o meio em que se estabelece uma relação de autoinfluência. Ou seja, o eu é constituído e moldado pelo meio social, assim como esse meio é estruturado a partir dos agentes humanos. As diferenças entre os meios sociais decorrentes das variações culturais que os caracterizam fazem com que sejam distintas as formas de adaptação social e os sistemas de crenças e de conduta esperadas, mesmo considerando a homogeneidade genética dos seres humanos (Bandura, 2001).

É o entendimento de que as pessoas contribuem de maneira significativa para os acontecimentos em suas vidas, não sendo apenas produtos dessas circunstâncias. Logo, não só essa dualidade entre sujeito e ambiente é rejeitada, já que os indivíduos são criadores do seu meio social, ao passo que esse meio também influencia na vida desses sujeitos. Nesse processo, a construção da identidade pessoal ainda decorre da identidade social que o sujeito estabelece,

sendo consequência dessa complexa interação entre sujeito e ambiente (Bandura, 2006). Como recursos característicos dos seres humanos utilizados no exercício da agência pessoal, Bandura (2001) mencionava a intencionalidade, premeditação, autorreatividade e autorreflexão, que estão descritos na Tabela 4.

Tabela 4

Principais recursos da agência pessoal

Recursos da agência pessoal	Descrição
Intencionalidade	O exercício da agência requer intencionalidade, que possibilita a visualização dos planos de ações que se tem a intenção de colocar em prática visando um determinado fim. Não como uma previsão de acontecimentos, mas em um sentido de compromisso para a concretização desse objetivo. Essas intenções são moldadas a partir dos motivadores para as ações, que influenciam a probabilidade de execução, que podem gerar diferentes resultados. Esse poder de executar atos visando alcançar objetivos específicos é uma característica determinante da agência pessoal independentemente dos resultados ou consequências que possam ser gerados. Para a execução dessas ações intencionais com sucesso são necessárias outras capacidades autorregulatórias da agência.
Premeditação	A motivação e direcionamento para ações futuras também perpassam pela capacidade de premeditação. Nesse processo, eventos futuros são representados cognitivamente no presente, o que favorece a motivação e a regulação do comportamento a fim de concretizar esse evento planejado. Trata-se de auto-orientação antecipada do comportamento pretendendo a modificação do presente em vistas do futuro, o que contribui para a escolha de comportamentos que favorecem a resultados positivos.
Autorreatividade	Trata-se da reação comportamental baseada nos padrões pessoais e de conduta moral direcionada ao desempenho necessário para o alcance dos objetivos antes determinados. Essas ações são autoavaliadas e adequadas ao sistema de valores e identidade pessoal que norteiam o sujeito e servem como autoincentivos e motivação para execução de ações que visam o alcance dos objetivos.
Autorreflexão	No processo reflexivo, os possíveis resultados decorrentes de ações premeditadas passam por um processo de autorreflexão. A atividade reflexiva, com autoavaliação ou autojulgamento dos comportamentos faz com que as ações do sujeito sigam em concordância com seus valores pessoais, conferindo sentido à agência moral.

Fonte: Bandura (2001, 2006).

Somado a esses quatro recursos, a autoeficácia é considerada como um elemento central para a *agency*. Trata-se da confiança na capacidade de realizar uma tarefa ou função, ou seja, o julgamento e a percepção das pessoas sobre sua própria capacidade, exercendo influência substancial na motivação, na excitação emocional, nos padrões de pensamento e comportamento e, por consequência, acaba por gerar e controlar os acontecimentos na vida das pessoas (Bandura, 1989). A percepção de autoeficácia exerce uma relevante função para a capacidade de agência independentemente do tipo, seja ela agência pessoal, por procuração ou coletiva (Bandura, 2000), além de favorecer o esforço a nível grupal e o desempenho (Bandura, 2001). A importância da autoeficácia para a agência se dá em função de que, se um indivíduo não acredita em sua capacidade de produzir resultados a partir de sua ação, há pouca motivação para que de fato produza esse comportamento (Bandura, 2006).

Em casos de diferentes tipos de agência, como a agência por procuração, por exemplo, a percepção de eficácia social possibilita estabelecer esforços para a obter a colaboração de outras pessoas. Esses outros tipos de agência podem viabilizar a manutenção do controle mesmo não se tratando de uma agência pessoal. Isso pode se dar porque o exercício da agência pessoal exige conhecimentos e habilidades que requerem um trabalho extenuante para adquiri-los e renová-los (Bandura, 2001).

Isso pode se dar em função do sujeito não querer responsabilizar-se pelo desenvolvimento dessas atividades ou competências que envolvem o controle de maneira direta – porque o controle pessoal não é um elemento inerente ao sujeito, tampouco desejado por todos. Nesses casos, o exercício da agência por procuração ou coletiva pode proporcionar melhores resultados. A partir dessas concepções é possível identificar que tanto a agência pessoal como a coletiva são potencializadas com o desenvolvimento do sujeito e, conseqüentemente, do grupo, enquanto a agência de procuração requer eficácia social, tornando o sujeito dependente das relações sociais que estabelece e não de seu desenvolvimento em si (Bandura, 2001).

Ao considerar a qualidade do pensamento analítico no desempenho dos sujeitos, Bandura (1989) indicava que a autoeficácia é fundamental para as realizações e para o bem-estar, já que as dificuldades e desafios em diferentes situações são comuns e prováveis. No entanto, o diferencial apontado diz respeito ao modo de enfrentamento e recuperação frente às possíveis dúvidas que podem ser originadas no caso de falhas nessas situações difíceis ou desafiadoras. Por isso, fica destacada a necessidade de resiliência da percepção de eficácia nesse processo, especialmente em empreendimentos que requerem esforços constantes.

O fato de um sujeito superestimar suas capacidades pode apresentar benefícios – desde que não seja algo irrealista –, já que se a percepção de autoeficácia se limitasse a capacidade de execução de atividades rotineiras, haveria poucas chances de erros, assim como novas habilidades e desafios maiores não seriam testados. Essa superestimação da autoeficácia possivelmente exige maiores esforços, que podem trazer novas conquistas e realizações (Bandura, 1989).

A percepção da autoeficácia tem consequências nos níveis de estresse e depressão em momentos ameaçadores ou desafiadores e na motivação. Por conta disso, pode refletir na ação, já que tem potencial de modificar a natureza e a direção do pensamento. Isso se dá porque a percepção da ameaça depende da percepção de capacidade de enfrentamento dessa situação. Nesse contexto, quando os sujeitos estão diante de situações que observam que estão nivelados com sua percepção de eficácia, os níveis de estresse e ansiedade permanecem baixos. Conforme a percepção de eficácia é testada e reforçada por diferentes situações desafiadoras, a vivência de situações antes vistas como ameaçadoras, tende a não gerar as mesmas respostas de estresse, ansiedade e depressão como outrora (Bandura, 1989).

Ao conquistar uma meta, sujeitos com alta percepção de eficácia tendem a buscar objetivos ainda mais desafiadores. Nesse processo, a motivação para enfrentar desafios é regulada pela percepção de autoeficácia, assim como a vulnerabilidade ao estresse e depressão e resiliência frente a situações de dificuldade. A partir desse entendimento, as pessoas escolhem quais atividades e ambientes farão parte de suas rotinas, o que pode impactar significativamente no curso do desenvolvimento pessoal (Bandura, 2001).

2.4.2 Agency e bem-estar – Cluster 2

A agência associada ao bem-estar foi observada na perspectiva adotada por Sen, A., Foucault, M., Kabeer, N., Diener, E., Taylor, C.. Nessa linha de pesquisas abordava-se a liberdade de agência, processo que envolve a deliberação e responsabilização sobre as próprias ações, especialmente para a própria vida. Para a liberdade de agência considerava-se que os indivíduos são livres para escolherem e agirem em prol de seus objetivos, obrigações e valores que julgam importantes como seres agentes e responsáveis pelo que decidem e querem obter. Para a percepção de bem-estar das pessoas é requerido liberdade e realização (Sen, 1985).

A partir disso, conceitos como autonomia e liberdade pessoal estão relacionados à agência, além da relação moral associada ao bem-estar. Nos casos em que essa capacidade de arbítrio é afetada – como crianças pequenas ou pessoas com doenças que afetam essa

capacidade –, a agência também fica prejudicada. Cabe salientar que a liberdade de bem-estar faz parte da liberdade de agência e são aspectos que não são independentes um do outro. A agência de um indivíduo pode influenciar em seu bem-estar, ao passo que a sensação de bem-estar pode favorecer que esta pessoa aja em prol de seus objetivos (Sen, 1985).

O bem-estar subjetivo diz respeito ao modo como os indivíduos percebem e avaliam os aspectos positivos em suas vidas. Nos aspectos emocionais, envolve sentimentos e experiências positivas em relação às suas vivências, ainda que se considere alguns poucos aspectos negativos ou desagradáveis. Em termos de pensamento consciente, se relaciona com a percepção do indivíduo sobre aquilo que proporciona satisfação e gratificação à sua vida. Desse modo, o bem-estar subjetivo sugere o quanto um indivíduo sente e acredita que sua vida está indo bem, indicando sua avaliação quanto a aspectos cognitivos e sentimentais (Diener & Tov, 2012; Diener, 2012). Esse sentimento de bem-estar pode auxiliar na potencialização de emoções positivas e diminuir sintomas em pessoas com ansiedade ou depressão (Taylor et al., 2017).

2.4.3 Sexo, gênero e a influência na agência e comunalidade – Cluster 3

A teorização quanto à influência de traços agênticos e comunais relacionados à gênero e sexo se baseava na ideia de representação de papéis sociais e estereótipos de homens e mulheres. Ainda que sejam traços interrelacionados, os traços agênticos eram associados ao masculino, enquanto os traços de comunalidade eram ligados ao feminino. Nessa diferenciação são observados aspectos funcionais, visto que o investimento parental acaba sendo “embutido” nas mulheres (gestação, amamentação), enquanto para os homens parece ser mais importante que assumam uma postura de agente ao estabelecer uma relação conjugal e parental. No âmbito organizacional, o autoconceito de ser um sujeito agente é um traço que pode gerar impactos no sucesso de uma carreira, sendo que a agência e o sucesso são elementos que se influenciam de maneira recíproca, ainda que não esteja relacionada com o sexo biológico (Abele, 2003).

O traço agente evoca a ideia de determinação, atividade, profissionalismo, competência, individualidade, ambição, dominância, obtenção de metas e funcionamento intelectual. A agência relaciona-se com a busca de si mesmo, enquanto a comunalidade é estabelecida mediante a consideração aos outros, associada ao coletivismo, moralidade, cuidado, cooperação, cordialidade, confiabilidade, interdependência, funcionamento social, papel familiar exercido e investimento parental (Abele, 2003; Abele & Wojciszke, 2007). Os traços de comunalidade são indispensáveis para a sobrevivência de indivíduos e grupos sociais. A agência é central especialmente nos casos em que há foco em um objetivo individual, em que

se observa que é gerada uma maior importância da agência do indivíduo que serve de apoio nos casos em que há dependência de um sujeito a outro (Abele & Wojciszke, 2007; Wojciszke & Abele, 2008).

Elementos como a realização de metas e execução de tarefas com foco na competência, assertividade e determinação se relacionam com a capacidade de agência, em que se observa um aumento no controle pessoal, no afeto positivo e na autoestima. Isso gera um efeito inverso na posição de receptor da “ação” de um agente, com diminuição no afeto positivo e autoestima e aumento da vulnerabilidade e da percepção de obstáculos como ameaça e não como desafio. Nesse processo, a manutenção de relacionamentos e primazia do funcionamento social, com benevolência, confiabilidade e moralidade estão associados à comunalidade (Abele & Wojciszke, 2014). Além de Abele, A. E. e Wojciszke, B., principais teóricos associados a essa perspectiva e que atuaram como coautores em diversas pesquisas, também estão inseridos Bakan, D., Côté, J. E. e Eagly, A. H. Destaca-se que Bakan (1966) é uma das referências mais antigas dentre as dez mais citadas pelo *corpus* de pesquisa selecionado.

2.4.4 Agency e a noção de curso de vida – Cluster 4

A perspectiva de agência associada ao curso de vida enfatiza o impacto das forças sociais e suas consequências na vida das pessoas. Quatro conceitos são fundamentais para o entendimento desse paradigma: a ideia de interação das vidas humanas e períodos históricos, o tempo das vidas, vidas conectadas e a agência humana na tomada de decisões. Tais elementos são considerados como fundamentais para a compreensão das escolhas e mudanças de direção no curso de vida das pessoas e quais os fatores que influenciam nesse processo (Elder Jr., 1994, 1998).

A noção de interação das vidas humanas e períodos históricos considera as mudanças sociais a que os indivíduos estão submetidos a depender do seu ano de nascimento, visto que eventos históricos e econômicos influenciam diretamente na sociedade em que a pessoa está imersa e, conseqüentemente, em sua vida, observadas as possibilidades e restrições que são impostas pelo meio. Ao considerar a ideia de tempo de vida, emerge os elementos associados à idade e momentos de transição da vida humana. Alguns desses eventos são esperados em determinados momentos com base em expectativas e convenções sociais, como por exemplo o casamento e a gravidez, que são momentos de transição que não são esperados durante a adolescência dependendo do momento histórico e padrão social (Elder Jr., 1994, 1998).

O princípio associado a essa linha teórica se baseia na ideia de vidas conectadas, caracterizado pela ligação ou interdependência das relações sociais com parentes e amigos, dando ênfase no processo de socialização entre as pessoas. Também se considera a intergeracionalidade dessas relações, tendo em vista os impactos de escolhas pessoais e acontecimentos para além da própria trajetória, com consequências na vida de outras pessoas e gerações. Por fim, a agência humana sempre foi considerada em estudos a respeito do curso de vida das pessoas, em que o contexto social desses indivíduos apresenta marcante influência (Elder Jr., 1994, 1998). Nesse processo, a percepção de eficácia frente aos desafios e adversidades influencia no sofrimento emocional e no comportamento parental perante as situações apresentadas (Elder et al., 1995).

A centralidade da influência do padrão social e forças históricas é percebido no modo como as pessoas pensam, sentem e se comportam, com consequências em todas as fases da vida, moldando trajetórias e o desenvolvimento. A agência atua nesse processo a partir da capacidade das pessoas de escolherem o caminho a seguir e adaptarem-se às situações, ainda que seja considerado o cenário social, momento histórico e possibilidades disponíveis ou não, marcando o envolvimento ativo na construção de um novo curso de vida (Elder Jr., 1998).

A conceitualização de agência a partir de Emirbayer e Mische (1998) também parte da discussão sobre curso de vida, em que buscaram reconceitualizar o construto, compreendendo-o como um processo de engajamento social associado ao período histórico e temporal. Nesse processo, são consideradas as influências do passado, mas com orientação para o futuro no tocante a possibilidade de cogitar alternativas, assim como é direcionado ao presente ao contextualizar esses aspectos do passado e futuro considerando as contingências situacionais. Além de Elder, G. H. e Emirbayer, M., também estão associados à essa categoria Giddens, A. e Pearlin, L. I.

2.4.5 Agency e cognição – Cluster 5

A vertente teórica que aborda a sensação de agência associada aos processos cognitivos e execução de ações e movimentos tem amplo desenvolvimento da literatura. Apesar dessa revisão focar na agência como capacidade de fazer escolhas e atingir objetivos, esta perspectiva teórica foi identificada no *corpus* de pesquisa selecionado. Bandura (2001) já apontava a possibilidade de investigação da agência em perspectivas micro ou macroanalítica, sendo que a integração de ambas é o ideal para investigação do fenômeno. No caso da percepção da agência como elemento cognitivo, o entendimento tem enfoque nos processos individuais

dos sujeitos, sendo observado nos estudos de Haggard, P., Moore, J. W., Dimaggio, G., Lysaker, P. H. e Betz, N. E.

A partir dessa perspectiva, a agência diz respeito à experiência de controlar as próprias ações. Trata-se da sensação de consciência de movimentos voluntários e suas consequências sensoriais (Haggard et al., 2002; Haggard & Tsakiris, 2009). A capacidade de prever e monitorar as consequências dos comandos motores do corpo desenvolvem um sentimento de controle da própria vida e dos eventos do mundo externo. O principal efeito dessa sensação de consciência corporal é o entendimento de "eu fiz isso", juntamente com o que acontece em seguida ao ato motor executado. Em situações de ordem judicial, em que há necessidade de atribuição da responsabilidade por uma ação, deve-se considerar os processos mentais e de consciência da ação (Haggard & Tsakiris, 2009).

Nos estudos de Dimaggio et al. (2002) e Dimaggio et al. (2008) é possível observar uma vertente clínica dos estudos de agência associada a cognição, metacognição, estados mentais e relações interpessoais, em que os autores observavam o fenômeno em casos de transtornos mentais – com foco em transtornos narcisistas – e as implicações para a liberdade desses sujeitos.

2.4.6 Agency e moralidade – Cluster 6

Conceitualizações de agência relacionadas à moralidade podem ser observadas nos estudos de Arendt, H., Bauman, Z. e Connolly, W. Em discussões anteriores sobre moralidade a partir do julgamento do nazista Eichmann em Jerusalém, Arendt (1971) discutiu sobre a banalidade do mal, com adoção de ações imorais em função da incapacidade de pensar sobre seu comportamento, com aceite de regras impostas sem a devida deliberação. Connolly (1993), por sua vez, proporcionou um debate com base em Foucault sobre moralidade, em que aponta a responsabilidade de agência das escolhas pessoais, enquanto Bauman (2000) discutia sobre a condição humana relacionada à autonomia e democracia. Esse autor apontava para a necessidade de ser possível deliberar livremente sobre a própria maneira de ser humano, considerando as diferenças e identidades dos indivíduos.

Nesse processo, o fator geracional é apontado como influenciador do modo como as pessoas consideram a condição humana, visto que mudanças entre as gerações acabam exercendo impactos nessa percepção (Bauman, 2011). Desse modo, a agência humana era discutida de modo mais amplo, visto que o conceito especificamente não é abordado nos artigos analisados, mas tem relação direta com as discussões proporcionadas pelos autores,

especialmente no tocante à aspectos éticos e morais, configurando-se como temas correlacionados.

2.4.7 Agency, aprendizagem e processos metacognitivos – Cluster 7

Por fim, a última categoria analisada a respeito das teorizações sobre agência diz respeito aos estudos de Schunk, D. H., Pajares, F. e Betz, N. E. Trata-se de uma linha de investigação associada à perspectiva Banduriana, especialmente a partir do conceito de autoeficácia. No entanto, há um maior enfoque nos processos de metacognição, autorregulação e aprendizagem autorregulada, especialmente em pesquisas sobre motivação, desempenho acadêmico e carreira. Ao considerar a conceitualização de Bandura (1977) sobre autoeficácia, Betz (1987) a compreendia como a tendência em responder de maneira proativa às situações relacionadas a oportunidades educacionais e de carreira. Pajares (1997) explicava que o conceito se trata da capacidade de produzir resultados e desempenho, mais específicos a tarefas e situações contextuais voltadas a um objetivo. Com isso, pode-se concluir que a agência é observada em aspectos mais macro da vida dos sujeitos, em que se observa essa capacidade em diversos contextos de maneira mais generalizada, enquanto a autoeficácia é mais voltada para atividades, tarefas e objetivos mais específicos e contextuais.

A agência se relaciona com os comportamentos proativos, em indivíduos que agem em prol dos objetivos, criando oportunidade, com ações efetivas quando surgem as oportunidades. Uma percepção da própria eficácia como baixa pode levar à evasão, enquanto uma visão mais positiva tende a ser relacionada com comportamentos mais engajados com a busca de sucesso. Dessa maneira, a percepção do próprio indivíduo quanto a esse fenômeno interfere no desenvolvimento educacional e de carreira (Betz, 1987).

Como principal fonte de crenças de autoeficácia observa-se a experiência de domínio, que decorre da avaliação e interpretação do desempenho das ações intencionais do indivíduo. Considerando a influência da percepção de autoeficácia na agência humana, cabe observar a percepção dessas crenças nas atividades acadêmicas dos estudantes, já que exerce impacto na motivação, autorregulação e desempenho (Pajares, 1997; Pajares & Graham, 1999). Desse modo, a autoeficácia atua juntamente com outros mecanismos de agência na previsibilidade dos resultados acadêmicos (Pajares & Graham, 1999). Há recomendações de avanços nas pesquisas quanto a metacognição, autorregulação e autorregulação da aprendizagem, visto que ainda são observadas lacunas de conhecimento nessa área, especialmente quanto a definições claras

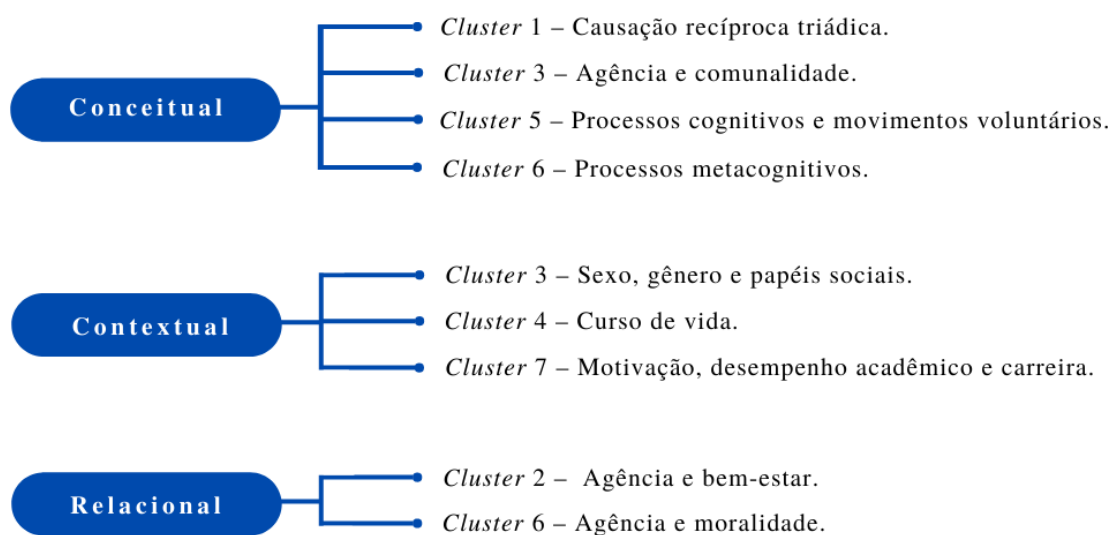
desses fenômenos cognitivos no tocante à influência no desenvolvimento e desempenho acadêmico, proporcionando implicações para políticas e práticas educacionais (Schunk, 2008).

2.4.8 Linhas de pesquisa e definições de *agency*

As categorias analisadas acerca dos estudos de *agency* nomeadas de “*clusters*”, de 1 a 7, sugerem diferentes perspectivas para estudo do assunto. Ainda que o *cluster* 1, que contempla a perspectiva Banduriana, tenha mais força de relações e volume de documentos e autores que estão incluídos, os demais *clusters* também indicam possuir estudos e teorizações consolidadas sobre a temática, os quais estabelecem relações entre si. Ao considerar as diferentes abordagens de *agency* nos sete *clusters*, observou-se que é possível subdividi-las em três categorias a partir do desenvolvimento teórico proposto pelos autores analisados. Dentre essas categorias estão: a) *clusters* que enfocam no desenvolvimento conceitual do construto *agency*; b) *clusters* em que são evidenciados aspectos contextuais em que a capacidade de *agency* exerce influência e; c) *clusters* abordam conceitos relacionados à *agency*, como ilustrado na Figura 4.

Figura 4

Diferentes abordagens de agency nos clusters



Fonte: elaborado pela autora.

Os *clusters* que se dedicam mais fortemente ao desenvolvimento conceitual de *agency* dão enfoques distintos à percepção do construto. No entanto, é observado que nos *clusters* 1, 5 e 6 há um elemento em comum: a relevância dos aspectos cognitivos para o entendimento da agência humana, mesmo ao considerar diferentes particularidades influenciando nesse

processo. No entanto, o *cluster* 5 direciona o entendimento do papel da cognição no tocante aos movimentos voluntários e não em relação a uma postura atitudinal associada a *agency*.

No tocante aos *clusters* que abordam pesquisas sob um aspecto contextual, fica evidenciada a influência dessa capacidade em múltiplas facetas da vida das pessoas, que vai desde a aspectos estruturais relacionados a papéis sociais de acordo com o sexo e gênero até a questões voltadas para a vida profissional. A partir disso, indica-se a verificação da existência de estudos que abordam os impactos da agência humana sob enfoques diversificados, a fim de verificar os indícios de uma possível lacuna teórica sobre o assunto. Por fim, dois *clusters* enfocam em discussões relacionais - *agency* e bem-estar e *agency* e moralidade-, em que fica evidenciada a afinidade do construto com esses dois temas, abarcando discussões filosóficas em termos mais abrangentes da vida humana.

A partir das discussões e direcionamentos de pesquisas decorrentes dos principais autores e teóricos sobre a *agency*, foi possível verificar distintas conceitualizações sobre o fenômeno. Observa-se que nem todas essas linhas de pesquisa apresentam definições claras. Logo, não é possível estabelecer uma definição de *agency* a partir de cada *cluster*. Os diferentes autores e os respectivos conceitos elaborados estão elucidados na Tabela 5.

Tabela 5

Principais conceitos de agency

Autores	Conceito de <i>agency</i>
Bandura (2001)	“A agência humana é caracterizada por uma série de características essenciais que operam por meio da consciência fenomenal e funcional. Estes incluem a extensão temporal da agência por meio de intencionalidade e premeditação, autorregulação por influência autorreativa e autorreflexão sobre as próprias capacidades, qualidade de funcionamento e o significado e propósito de nossas atividades de vida. A agência pessoal opera dentro de uma ampla rede de influências socioestruturais (p. 1, tradução nossa)”. <i>“The capacity to exercise control over the nature and quality of one’s life is the essence of humanness. Human agency is characterized by a number of core features that operate through phenomenal and functional consciousness. These include the temporal extension of agency through intentionality and forethought, self-regulation by self-reactive influence, and self-reflectiveness about one’s capabilities, quality of functioning, and the meaning and purpose of one’s life pursuits. Personal agency operates within a broad network of sociostructural influences (p. 1)”.</i>

Bandura (2006)	“A agência humana é caracterizada por uma série de características essenciais que operam por meio da consciência fenomenal e funcional. Estes incluem a extensão temporal da agência por meio de intencionalidade e premeditação, autorregulação por influência autorreativa e autorreflexão sobre as próprias capacidades, qualidade de funcionamento e o significado e propósito de suas atividades de vida [...]. Ser um agente é influenciar intencionalmente o funcionamento e as circunstâncias de vida de alguém. Nessa visão, a influência pessoal faz parte da estrutura causal. As pessoas são auto-organizadas, pró-ativas, autorreguladoras e autorreflexivas. Eles não são simplesmente observadores de seu comportamento. Eles contribuem para as circunstâncias de suas vidas, não apenas produtos deles (p. 164, tradução nossa)”. <i>“Human agency is characterized by a number of core features that operate through phenomenal and functional consciousness. These include the temporal extension of agency through intentionality and forethought, self-regulation by self-reactive influence, and self-reflectiveness about one’s capabilities, quality of functioning, and the meaning and purpose of one’s life pursuits [...] to be an agent is to influence intentionally one’s functioning and life circumstances. In this view, personal influence is part of the causal structure. People are self-organizing, proactive, self-regulating, and self-reflecting. They are not simply onlookers of their behavior. They are contributors to their life circumstances, not just products of them (p. 164) ”.</i>
Emirbayer e Mische (1998)	“[...] processo de engajamento social incorporado temporalmente, informado pelo passado (em seu aspecto habitual), mas também orientado para o futuro (como uma capacidade de imaginar possibilidades alternativas) e para o presente (como capacidade de contextualizar hábitos passados e projetos futuros dentro das contingências do momento) (p. 963, tradução nossa)”. <i>“[...] embedded process of social engagement, informed by the past (in its habitual aspect), but also oriented toward the future (as a capacity to imagine alternative possibilities) and toward the present (as a capacity to contextualize past habits and future projects within the contingencies of the moment) (p. 963) ”.</i>
Haggard e Tsakiris (2009)	“Agência se refere à capacidade de uma pessoa de controlar suas ações e, por meio delas, eventos no mundo externo (p. 242, tradução nossa)”. <i>“Agency refers to a person’s ability to control their actions and, through them, events in the external world (p. 242) ”.</i>

Fonte: elaborado pela autora.

Ao observar essas conceitualizações sobre agência, notou-se que os aspectos cognitivos e sociais aparecem em ênfase em muitas descrições elaboradas pelos autores. Ainda que exista diferenças nos entendimentos desses teóricos, essas se dão mais em função de que aspecto aparece em evidência na proposta, o que não configura uma situação de divergência. De todo o modo, a partir das análises e discussões observadas, uma conceitualização sobre agência que não considere a intencionalidade, premeditação, autorreatividade, autorreflexão, autoeficácia e autorregulação ou *locus* de controle interno parece estar incompleta, visto que estes demonstram ser fatores essenciais para compreensão do fenômeno.

2.5 Considerações finais

Com base nas análises de cocitação de autores observou-se sete *clusters* que possibilitaram atingir o objetivo desta pesquisa de discutir as perspectivas teóricas dos estudos sobre a *agency*. O primeiro *cluster* identificado diz respeito à perspectiva banduriana, baseada no modelo de causação recíproca triádica, que representa a principal construção teórica sobre o fenômeno, em que motivação para a ação, fatores pessoais e fatores ambientais se autoinfluenciam para determinar o comportamento agente. A centralidade de Bandura nos estudos sobre *agency* fica evidenciada tanto na análise de citações de documentos como de cocitações de autores. O segundo *cluster* diz respeito às pesquisas sobre liberdade de *agency* e o bem-estar, que são elementos que estabelecem relações. A influência nos traços de *agency* e comunalidade de fatores como sexo e gênero é discutida no terceiro *cluster*, em que são abordados os papéis sociais e estereótipos de homens e mulheres.

A noção de curso de vida nos estudos de *agency* é abordada no *cluster* quatro, em que elementos relacionados à interação das vidas humanas e períodos históricos, tempo das vidas, vidas conectadas e agência humana na tomada de decisões são fundamentais para compreender a linha teórica. O quinto *cluster* propõe a delimitação de *agency* relacionada à execução de ações e movimentos a partir de processos cognitivos. Partindo de conceitos e discussões advindas da filosofia, o *cluster* seis aborda a relação entre a *agency* e moralidade e suas implicações no comportamento das pessoas. Por fim, o sétimo *cluster* enfoca nos processos metacognitivos relacionados à *agency*, em que são discutidos elementos relacionados à autoeficácia, autorregulação, aprendizagem autorregulada, motivação e desempenho.

Observou-se três subdivisões dos *clusters* acerca dos assuntos discutidos, visto que algumas abordagens de pesquisa enfocam no desenvolvimento conceitual de *agency*, outras colocam em evidência aspectos contextuais em que a capacidade de *agency* exerce influência e algumas abordam conceitos relacionados. Ao considerar essas diferentes perspectivas de pesquisa e conceitualizações, corrobora-se o caráter multifacetado do fenômeno e conclui-se que, para uma percepção conceitual ampliada, é necessário compreendê-lo considerando as facetas de intencionalidade, premeditação, autorreatividade, autorreflexão, autoeficácia e autorregulação ou *locus* de controle interno, que demonstram ser fatores inerentes ao construto.

Dentre as limitações do estudo cabe mencionar as próprias restrições dos *softwares* utilizados, que podem gerar erros a partir da importação do banco de dados. Também se menciona a não inclusão de documentos da literatura cinzenta (livros, trabalhos não publicados e documentos em formatos que não de artigos) na análise teórica dos dados. Ainda que sejam

importantes fontes de informação, não foi possível inseri-los nas análises devido à extensão das obras, risco de viés da discussão e simplificação da teoria.

A análise da agência tem melhor desenvolvimento a nível teórico do que empírico, especialmente pela dificuldade de mensuração da manifestação do fenômeno e suas fontes de restrição (Bazzani, 2023), o que reforça a necessidade de construção de instrumentos de medida. As relações de agência pessoal com transtornos de personalidade carecem de investigações. Há evidências de que baixa agência pessoal pode potencializar os desafios em relação aos sintomas de pessoas com Transtorno de Personalidade Borderline, especialmente nas dificuldades de relacionamento interpessoal (Hashworth et al., 2021). Para estudos futuros indica-se o desenvolvimento de estratégias metodológicas para investigação da *agency*, assim como aprofundamento das relações com traços de personalidade.

3 Estudo 2 – Propriedades psicométricas dos instrumentos de mensuração de *agency*: uma revisão sistemática

3.1 Introdução

A capacidade de fazer escolhas, definir objetivos e agir de acordo com essas decisões são aspetos que caracterizam o conceito de *agency* (agência). Nessa perspectiva, a possibilidade de ter alternativas configura-se como um fator fundamental para que a deliberação sobre a própria volição seja realizada com mais abertura. Se trata de um fenômeno que envolve aspectos relacionados à motivação, significado e propósito, que acabam influenciando essa percepção de “poder interno” (Kabeer, 1999, p. 438). Esse recurso tem implicações para além do âmbito pessoal, já que acaba causando impactos a nível social e econômico (Cauce & Gordon, 2012). A capacidade de decidir e ser considerado como agente responsável por suas escolhas e ações são elementos que não podem ser observados sem considerar os objetivos, prioridades e planejamento, visando uma atuação proativa no ambiente social (Sen, 1985; Alfaiz et al., 2019). A agência humana é decorrente das influências externas, fatores pessoais e motivação para o comportamento, que se autoinfluenciam e são causadores uns dos outros de maneira recíproca e interativa (Bandura, 1989, 2018).

Essa capacidade de protagonismo na tomada de decisões sobre a própria vida já apresenta um histórico de investigações a partir de estudos empíricos. No entanto, ainda existem muitas indefinições sobre a conceitualização e as maneiras de medir agência. Para auxiliar no delineamento desse processo, a revisão da literatura existente sobre o assunto com enfoque nas técnicas de investigação proporciona avanços nos estudos futuros, visto que as informações já descobertas são importantes para evitar equívocos já observados anteriormente. Um exemplo que ilustra essa necessidade de entendimento sobre o construto e técnicas de medição é o próprio uso de escalas de autoeficácia para medir a agência. Sabe-se que se trata de uma dimensão relacionada, mas que não contempla a capacidade agêntica como um todo (Alkire, 2005).

Landes e Settersten Jr. (2019) ampliaram a percepção de agência com relação à influência dos relacionamentos interpessoais nessa capacidade e criticaram a falta de reconhecimento desse aspecto na literatura, ainda que esteja englobada na conceitualização de Bandura como parte dos influenciadores externos. Os autores defenderam que a agência humana é dependente dos aspectos relacionais e propuseram que a conceitualização e mensuração da agência

requerem a consideração de que as vidas das pessoas são interligadas e que para que a agência se estabeleça, não é necessária essa noção de total “independência”.

Por conta dessa dificuldade na delimitação teórica, os aspectos metodológicos das pesquisas são impactados, observando-se simplificações e generalizações sobre o construto. Em muitas pesquisas são utilizados instrumentos que propõem mensurar agência, mas que na verdade se referem a fenômenos relacionados ou fatores da agência, como autoeficácia, autodeterminação, *locus* de controle, mas que não abrangem todos os aspectos relacionados (Pick et al., 2007), como por exemplo na pesquisa de Vidrine et al. (2009), que utilizaram uma escala de Escala de Autoeficácia e um questionário para avaliar as expectativas de regulação afetiva; as pesquisas de Friestad e Hansen (2010) e Graff (2016), que utilizaram uma escala de autoeficácia geral; e a pesquisa brasileira de Dressler et al. (2019), em que utilizaram como medida de senso de agência pessoal uma combinação de escalas de *locus* de controle e tolerância à frustração.

Nos casos em que se deseja mensurar agência voltada a um contexto específico, outros fatores relacionados podem ser acrescentados de acordo com a necessidade, mas a multidimensionalidade do fenômeno deve ser assegurada, independentemente da estratégia escolhida para a mensuração (Cauce & Gordon, 2012). Logo, um dos maiores desafios para os que se propõem a mensurar agência é a delimitação teórica do construto, como apontado por Sharp (2014) por meio de uma revisão sistemática. A partir dessa discussão fica evidenciada a necessidade de construção do fenômeno que se quer mensurar, como já apontava Lautamo et al. (2020) ao desenvolver um instrumento para mensuração da agência. Cabe mencionar que não foram identificadas revisões sistemáticas na literatura revisada que atendessem ao objetivo proposto, caracterizando-se uma lacuna nas pesquisas sobre o assunto. Tal avanço é importante para a verificação e análise dos instrumentos existentes para mensuração da *agency* para embasar a construção de novas medidas do construto.

Nesse processo, a verificação das propriedades psicométricas de tais ferramentas torna-se fundamental para a verificação da qualidade dos instrumentos e possibilita obter um panorama quanto ao modo como foram desenvolvidos esses instrumentos. Desse modo, o problema de pesquisa a ser respondido por esse estudo é “Quais são as propriedades psicométricas dos instrumentos para mensuração da agência pessoal?”. A relevância desse tipo de revisão de literatura que enfoca nos instrumentos de medida se dá por possibilitar, a partir de evidências científicas, a escolha do instrumento mais indicado para pesquisas posteriores (Mokkink et al., 2016).

Este é um estudo prévio que servirá de embasamento para posterior construção de um instrumento de medida sobre o fenômeno em questão. Nesse processo, uma etapa importante é a verificação da existência de instrumentos no país para mensuração do construto que se pretende abordar. Para isso, deve-se buscar por tais instrumentos não só em bases indexadoras, como também em outros canais de divulgação de trabalhos científicos, possibilitando um rastreio e identificação dos instrumentos já existentes (Bandeira & Hutz, 2019). A fim de responder ao problema de pesquisa que norteia este estudo e tendo em vista a necessidade da verificação das propriedades de mensuração desses instrumentos antes de utilização na pesquisa ou prática clínica (Mokkink et al., 2010), o objetivo desta revisão sistemática da literatura foi analisar as propriedades psicométricas de instrumentos de mensuração da agência pessoal.

3.2 Método

Revisões sistemáticas de literatura utilizam um método replicável bem estruturado que permite identificar todos os trabalhos relacionados a um tema de investigação e, a partir disso, gerar conclusões sistematizadas a partir destes achados (Siddaway et al., 2019). Por meio desse tipo de revisão é possível contrapor, analisar e sintetizar os achados contidos na literatura com rigor metodológico (Munn et al., 2018). Em função dessas potencialidades, esse foi o método utilizado para responder ao problema de pesquisa deste estudo, que é caracterizado por seu caráter documental e exploratório.

Mais especificamente, se trata de uma revisão sistemática com foco psicométrico, que é um tipo de revisão de literatura que visa a análise das propriedades psicométricas de instrumentos, com exame dos índices de confiabilidade e validade. Este tipo de revisão pode ser utilizado para analisar as propriedades de medição de um instrumento específico; dos instrumentos mais utilizados referentes a um construto; de todos os instrumentos existentes destinados a mensuração desse construto considerando uma população específica; e ainda, de todos os instrumentos destinados a uma população específica, sem delimitação do construto (Munn et al., 2018). Nessa pesquisa foram analisados os instrumentos de um único construto, a agência pessoal, independente da faixa etária a que se destinam.

Para execução dessa pesquisa utilizou-se o protocolo para revisão sistemática de literatura contido no Apêndice B elaborado a partir dos norteadores do PRISMA-P (Moher et al., 2015). Considerou-se os itens do PRISMA para a escrita do relatório final da revisão e para as etapas referentes à construção do *corpus* da pesquisa, que contemplaram: identificação, triagem, elegibilidade e inclusão dos documentos (Moher et al., 2009).

Para a etapa de busca e identificação dos documentos, as bases de dados elencadas para realização das buscas foram a Scopus, a Web of Science, a PsycINFO, a SciELO, a IndexPsi e a Medline, sendo as três primeiras bases internacionais e as duas últimas nacionais, visando um rastreio abrangente. Realizaram-se as buscas em outubro de 2020 por duas revisoras que utilizaram a estratégia: *("sense of agency" OR "human agency" OR "judgment of agency" OR "agency judgment" OR "personal agency" OR "types of agency" OR "forms of agency" OR "perceived agency" OR "feelings of agency") AND (measur* OR assessment OR validity OR evaluation OR inventory OR scale OR "measures of agency" OR instrument))*, pesquisada em títulos, resumos e palavras-chave – com exceção da SciELO, na qual a busca foi realizada apenas no título e resumo devido à limitação da plataforma. Nas duas bases nacionais incluíram-se os mesmos termos nos idiomas português e espanhol. As buscas foram refeitas em 14 de fevereiro de 2021 visando identificar os documentos do ano de 2020 que não foram contemplados na pesquisa inicial em função do ano de 2020 ainda estar em vigência.

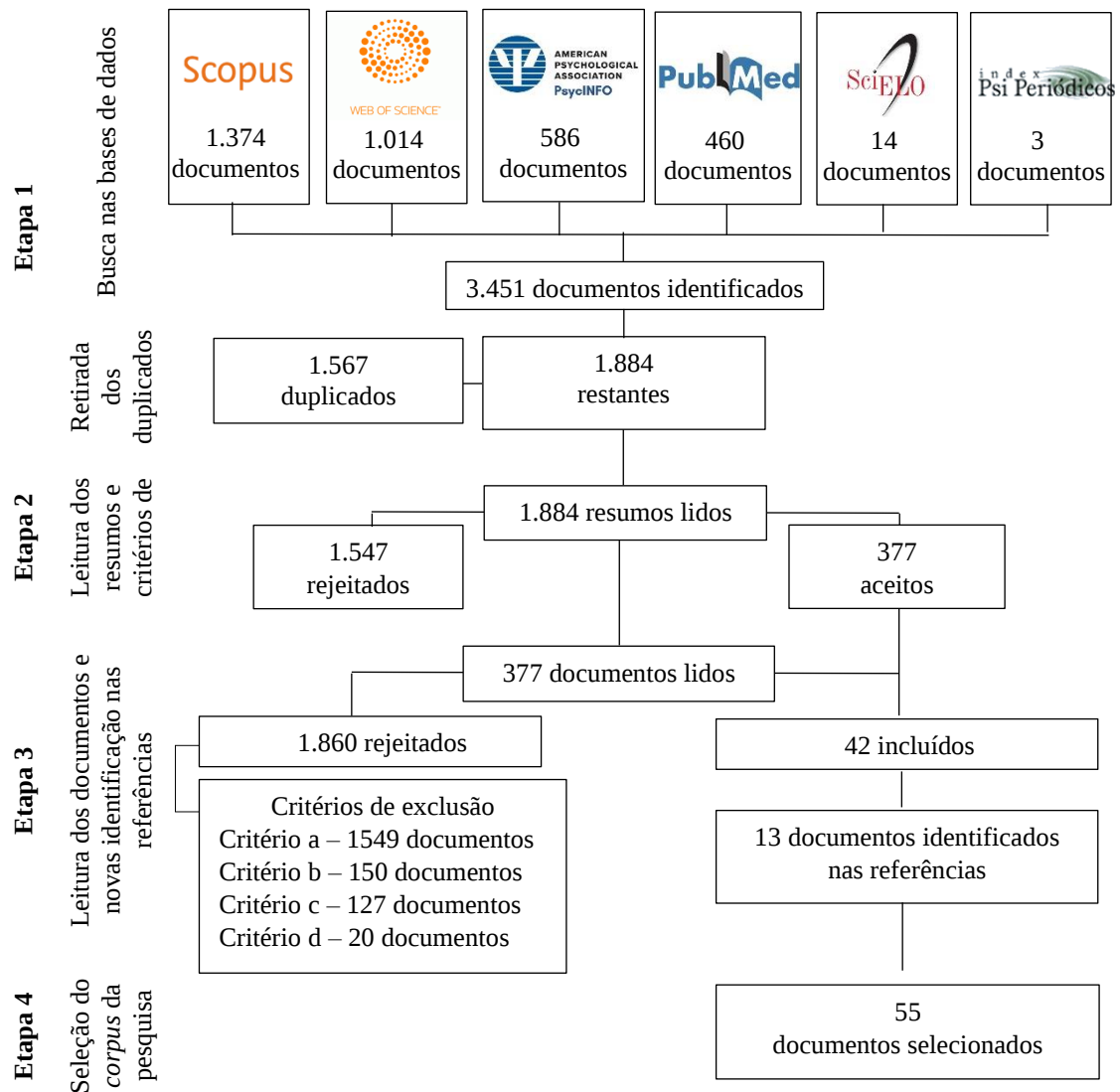
Como filtros de busca, limitaram-se os resultados a artigos em português, inglês e espanhol – com exceção da PsycINFO, em que não foi possível incluir o filtro de idioma. Além das bases de dados, buscaram-se outros documentos para anexar ao *corpus* de pesquisa a partir das referências dos artigos já encontrados. Finalizada essa etapa, fez-se o *download* dos bancos de dados e iniciou-se a etapa de triagem. Removeram-se os documentos duplicados e iniciou-se a análise da elegibilidade dos documentos por meio da leitura dos resumos por duas revisoras independentes, que consideraram os seguintes critérios de inclusão: a) abordar o conceito de agência a partir de uma perspectiva cognitiva e comportamental; b) estudos quantitativos ou mistos; c) mencionar instrumentos psicométricos que mensuram a agência pessoal; d) estar no idioma português, inglês ou espanhol e disponível para acesso *online*.

A última etapa de coleta de dados refere-se à extração dos dados dos documentos, em que se buscou informações sobre os instrumentos utilizados, dimensionalidade, número de itens, população e amostra e propriedades psicométricas. Na análise dos dados utilizou-se a lista de verificação COSMIN (*COnsensus-based Standards for the selection of health status Measurement INstruments*), ferramenta que auxilia na avaliação da qualidade metodológica em pesquisas acerca das propriedades de medição dos instrumentos (Mokkink et al., 2010). Para esse estudo apenas foram utilizados os itens referentes à identificação das propriedades de medidas, que são: consistência interna, confiabilidade, erro de medição, validade de conteúdo, validade de estrutura interna, teste de hipóteses, validade transcultural, validade de critério e capacidade de resposta, acrescidas da verificação da validade convergente, divergente e de construto.

3.3 Resultados

Diversas escalas se propõem a mensurar a agência como um fator de outros construtos, mas são poucos os instrumentos específicos para medição desse fenômeno. Dos 3.451 documentos identificados, após realização da organização e filtragem da base de dados, apenas 377 resumos passaram para a etapa de leitura do documento na íntegra para analisar a sua adequação ao objetivo da pesquisa com base na leitura dos resumos considerando os critérios de inclusão. Desses, 17 não puderam ser verificados, pois não estavam disponibilizados na versão completa. 141 documentos foram identificados com propostas de mensuração da agência pessoal, no entanto, em apenas 42 se utilizou instrumentos com a finalidade específica de mensurar esse construto de maneira geral.

Por meio das referências desses documentos identificaram-se 15 documentos que tratavam do desenvolvimento de medidas psicométricas de agência. Incluiu-se apenas 13 desses documentos porque dois não foram encontrados disponíveis, totalizando 55 documentos selecionados. O fluxograma da coleta de dados e delimitação do *corpus* de pesquisa está ilustrado na Figura 5.

Figura 5*Fluxograma da coleta de dados e delimitação do corpus de pesquisa*

Fonte: elaborado pela autora com base no PRISMA (Page et al., 2021).

Entre os 55 documentos que utilizam ferramentas que atendem aos critérios de pesquisa, identificou-se um total de 23 instrumentos. Alguns desses documentos referem-se à construção ou adaptação e validação de instrumentos, enquanto outros aplicam essas ferramentas em suas pesquisas. Os instrumentos identificados estão descritos na Tabela 6, que contém informações sobre suas dimensões, itens, amostra da pesquisa e propriedades psicométricas.

Tabela 6*Instrumentos de mensuração de agência pessoal e suas propriedades psicométricas*

Escala	Dimensões e número de itens	Amostra	Propriedades psicométricas
Personal Attributes Questionnaire (PAQ; Spence & Helmreich, 1978)	• Masculinidade; • Feminilidade; • Masculinidade-Feminilidade. 24 itens com características antagônicas.	715 estudantes universitários.	Consistência interna (α de .85, .82 e .78 em cada subescala, respectivamente); Validade de estrutura interna (Análises Fatoriais Exploratórias [AFE]; Modelagem de Equações Estruturais [MME]); Validade convergente (correlação de Pearson, <i>Stereotypical Masculinity Scale</i> ; Bem, 1974); Validade divergente (Lambdas de Wilks); Validade de critério (<i>Stereotypical Masculinity Scale</i> ; Bem, 1974); Regressão múltipla.
Extended Personal Attributes Questionnaire (EPAQ; Spence et al., 1979)	• Masculinidade (M+); • Masculinidade (M-); • Feminilidade (F+); • Feminilidade (Fc-); • Masculinidade-Feminilidade; • Masculinidade-Feminilidade (FVA-). 40 itens com características antagônicas.	583 participantes.	Consistência interna (α específico em cada fator e sexo); Validade de estrutura interna (AFE); Validade divergente (Lambdas de Wilks).
German Extended Personal Attributes Questionnaire (GEPAQ; Runge et al., 1981)	• Masculinidade (M+); • Masculinidade (M-); • Feminilidade (F+); • Feminilidade (Fc-); • Masculinidade-Feminilidade (FVA+); • Masculinidade-Feminilidade (FVA-). 39 itens com características antagônicas.	805 estudantes.	Consistência interna (α específicos em cada fator e sexo); Validade de estrutura interna (análise fatorial com rotação oblíqua). Medida de adequação de amostragem de Kaiser-Meyere-Olkin e índice de esfericidade de Bartlett); Tradução e retradução do instrumento.
<i>Behavior Identification Form</i> (BIF; Vallacher & Wegner, 1989)	Unidimensional. 25 itens.	1.404 participantes.	Consistência interna ($\alpha=.85$); Confiabilidade de $r(42)=.91$; Validade de estrutura interna (análise fatorial, varimax); Validade convergente (correlação de Pearson); Validade divergente (uso de treze medidas padronizadas); Validade de critério (preditiva).

<i>Assessment of Personal Agency Beliefs</i> (APAB; Ford & Chase, 1991)	24 objetivos gerais de vida e 3 perspectivas de autoconceito. 72 itens.	140 estudantes (Rouse & Austin, 2002).	Consistência interna de .87 a .9 (Rouse & Austin, 2002).
<i>Control, Agency, and Means-ends Interview</i> (CAMI; Little et al., 1995)	• Crenças de controle; • Crenças de agência; • Crenças de meios e fins. 58 itens.	6.293 crianças	Confiabilidade de consistência interna (aproximadamente .7). Validade de estrutura interna (análise de estruturas de covariância, MACS); Validade de critério (preditiva); Validade transcultural.
<i>Multi-dimensional Control Agency Means-ends</i> (Multi-CAM; Little & Wanner, 1997)	• Crenças de meios-fins; • Crenças de Agência; • Expectativa de controle pessoal; • Comportamentos de controle de ação. 165 itens.	279 adolescentes (Baker, Little & Brownell, 2003).	Consistência interna (α de .8 a .95) (Baker et al., 2003); *Não foram encontradas informações sobre as propriedades psicométricas no documento de desenvolvimento da escala.
<i>Multimeasure Agentic Personality Scale</i> (MAPS; Côté, 1997)	• Autoestima; • Propósito na vida; • <i>Locus</i> interno de controle; • Força do ego; • Autorrealização; • Compromisso ideológico. 96 itens.	276 universitários.	Consistência interna ($\alpha=.61$); Autocorrelações, correlações síncronas e correlações <i>cross-lag</i> ; Regressão múltipla.
<i>Multimeasure Agentic Personality Scale 20</i> (MAPS-20; Côté et al., 2016)	• <i>Locus</i> interno de controle; • Autoeficácia; • Autoestima; • Propósito na vida. 20 itens.	995 universitários.	Consistência interna ($\alpha=.73$. α das subescalas de .68, .75, .61 e .69; e .73, respectivamente); Teste de Hipóteses; Validade de estrutura interna (análise de componentes; Análises Fatoriais Confirmatórias [AFC]).
<i>Personal and Interpersonal Agency Scale</i> (PIAS; Smith et al., 1999; Smith et al., 2000)	• Agência pessoal; • Agência interpessoal. 13 itens.	482 adultos.	Consistência interna (α para agência interpessoal entre .76 e .7 e agência pessoal entre .78 e .73); Erro de medição; Teste de hipóteses;

Escala de Agência Pessoal e Interpessoal (EAPI; Fontes et al., 2010; baseada em Smith et al., 1999; Smith et al., 2000)	• Agência pessoal; • Agência interpessoal. 13 itens.	71 líderes de uma companhia.	Validade de estrutura interna (AFC; análise de correlação entre dois fatores ($r(5)=.19$); Validade de construto (MME, limitados aos resultados do estudo). Consistência interna (α de .75 para a escala geral, .44 para agência interpessoal e .74 para agência pessoal); Erro de medição; Validação semântica (tradução, retrotradução e pré-teste); Validade de estrutura interna; Análise de regressão logística; Testes qui-quadrado ou exato de Fisher; Teste de <i>mann-whitney</i> (para 2 categorias); Teste de <i>kruskal-wallis</i>; Coeficiente de correlação de Spearman; Análise de regressão linear.
<i>Personal Agency Scale</i> (PAS; Henderson, 2002)	• Habilidade técnica; • Robustez; • Habilidade interpessoal. 52 itens.	247 inventores, engenheiros, desenvolvedores e designers corporativos.	Consistência interna e Confiabilidade (α de .93, .83 e .67 de cada fator, respectivamente); Teste de hipóteses; Validade de conteúdo; Validade de estrutura interna; Regressão linear; Análise de coeficiente beta.
<i>Escala de Agencia Personal y Empoderamiento</i> (ESAGE; Pick et al., 2007)	• Agência; • Empoderamento. 52 itens.	1125 participantes.	Consistência interna (α de .71 e .74 de cada fator, respectivamente); Validade de estrutura interna (análise fatorial de eixos principais com rotação oblíqua; análise de correlação entre fatores ($r=-.131$, $p<.01$)).
<i>Implicit Association Test</i> (IAT; Campbell et al., 2007)	• Agência implícita; • Comunalidade implícita; • Autoestima implícita. 32 itens.	114 participantes.	Fator agência: $t(23)=9.2$, $prep>.999$, $d=3.84$. Fator comunalidade $t(23)=4.95$, $prep=.998$, $d=2.06$. Fator autoestima implícita $t(23)=1.2$, $prep=.796$, $d=.5$.
<i>Gender Role Inventory</i> (GRI-14; Weaver & Sargent, 2007)	• Agência; • Comunalidade. 14 itens.	236 alunos.	Consistência interna ($\alpha=.84$) (Lawson & Lips, 2014).

<i>List of trait adjectives of Agency and Communion</i> (AC; Abele et al., 2008)	• Agência; • Comunalidade. 69 itens.	548 participantes da Bélgica, Alemanha, Itália, Polônia e EUA.	Correlação de Pearson, rs Fisher z transformed, intraclass coefficients, Kolmogorov–Smirnov-tests; Spearman r e testes de Kruskal-Wallis.
<i>Communion and Agency Judgments</i> (ACJ; Bosak et al., 2008)	• Agência; • Comunalidade. 8 itens.	256 participantes.	Consistência interna (α de .72 a .85); Teste de hipóteses (análise de variância ANOVA).
<i>Agentic and Comunal traits</i> (ACT; Wojciszke & Szlendak, 2010)	• Agência; • Agência irrestrita; • Comunalidade; • Comunalidade irrestrita. 52 itens.	912 participantes.	Consistência interna (α de .92 para a escala de comunalidade e .9 para a escala da agência); Validade de conteúdo (análise de juízes e grau de concordância); Validade de estrutura interna (análise fatorial com rotação Varimax); Validade convergente; Validade discriminante (Correlações de Pearson).
<i>Assessment of Human Agency</i> (AHA; Yoon, 2011)	• Intencionalidade; • Premeditação; • Autorreatividade; • Autorreflexão 28 itens.	725 universitários.	Consistência interna (α entre .88 e .9); Erro de medição; Teste de hipóteses; Validade de conteúdo; Validade de estrutura interna (AFE e AFC); Validade convergente (correlação de Pearson); Validade de critério (MME).
<i>Adaptação da Stereotypical Masculinity Scale</i> (SMS; Bem, 1974; Besta et al., 2015)	Dimensões não especificadas. 10 itens.	365 estudantes de psicologia poloneses, 138 estudantes de psicologia poloneses e 174 estudantes.	Consistência interna ($\alpha=.81$); Validade transcultural; Análises de mediação.
<i>Personal Agency Questionnaire</i> (PAQ; Lundquist, 2012, 2015)	Quatro dimensões (não especificadas). 24 itens.	280 participantes.	Consistência interna ($\alpha=.9$); Teste de hipóteses; Validade de estrutura interna (AFE; correlação de Pearson);

			Validade convergente (<i>General Self-Efficacy</i> ($r=.51$) e <i>Rosenberg's Self Esteem Scale</i> ($r=.59$); Validade de construto.
<i>Personal Agency Beliefs</i> (PAB; Lee et al., 2016)	• Crenças de Contexto; • Crenças de Capacidade. 12 itens.	201 estudantes do ensino médio.	Consistência interna ($\alpha=.93$); Teste de hipóteses; Validade de estrutura interna (AFC); MME (modelagem multinível).
<i>Assessment Tool for Perceived Agency</i> (ATPA-22; Lautamo et al., 2020)	Unidimensional. 22 itens.	79 jovens adultos.	Consistência interna ($\alpha=.949$). Coeficiente de Confiabilidade $>.8$; Erro padrão; Teste de hipóteses; Validade de conteúdo; Validade de estrutura interna (AFE); Validade convergente (correlação de Pearson [EuroHIS-8]); Validade de construto; Análise <i>Many Rasch</i> facetada (mfr).

Fonte: elaborado pela autora (2023).

Com base na Tabela 6, o primeiro instrumento identificado que se dedica a medição de agência pessoal é o *Personal Attributes Questionnaire* (PAQ; Spence & Helmreich, 1978), que visa investigar características associadas aos estereótipos relacionados ao feminino e masculino. Essa divisão entre os fatores da escala se dá pela compreensão de que características associadas ao estereótipo masculino estão mais associadas à instrumentalidade e à agência, enquanto o feminino está relacionado a traços comuais. O terceiro fator, por sua vez, se propõe a abordar atributos comuns aos dois estereótipos. Para a autoavaliação dos respondentes, utilizou-se uma escala de cinco pontos. O PAQ foi utilizado nas pesquisas de Leaper (1987) e Solberg et al. (1995), somados ao artigo que o desenvolveu (Spence & Helmreich, 1978) e que analisou suas propriedades psicométricas (Helmreich et al., 1981), totalizando quatro artigos. Dentre as análises estatísticas realizadas, observou-se a verificação da consistência interna, com alfa de Cronbach de .85, .82 e .78 em cada subescala, respectivamente. Os autores executaram análises de regressão múltipla e de correlação de Pearson e análise de equações estruturais, indicando a validade convergente, divergente e de validade de critério, pela comparação com a *Stereotypical Masculinity Scale* (Bem, 1974). Esse instrumento utilizado para a verificação da validade de critério aborda características associadas ao feminino e masculino, mas não mencionam a capacidade de agência como associada a um ou a outro.

O *Extended Personal Attributes Questionnaire* (EPAQ; Spence et al., 1979) se trata da versão expandida da PAQ e inclui três novos fatores associados aos estereótipos de gênero. No entanto, esses fatores recebem sinais negativos, ou seja, são características associadas a esses estereótipos que não são desejáveis em nenhum dos gêneros, sendo considerados traços socialmente negativos ou indesejáveis. O instrumento utiliza uma escala de quatro pontos e dentre as propriedades psicométricas apontadas pela pesquisa de Helmreich et al. (1981) estão a verificação da: consistência interna por meio do Alfa de Cronbach, que é analisado de modo específico para cada fator e para cada grupo baseado no sexo (feminino e masculino); validade de estrutura interna, com análises fatoriais exploratórias e; validade discriminante, pela análise com Lambdas de Wilks. O EPAQ foi utilizado nas pesquisas de Fenton (2005) e Vuotto et al. (2015), além da pesquisa que desenvolveu o questionário (Spence et al., 1979) e do estudo que verificou as propriedades psicométricas (Helmreich et al., 1981), totalizando quatro artigos.

O EPAQ foi adaptado para o alemão originando o *German Extended Personal Attributes Questionnaire* (GEPAQ; Runge et al., 1981). Esse instrumento segue os mesmos modelos da versão original e passou pelo processo de tradução e retrotradução, etapas que foram realizadas por três tradutores nativos em alemão. Além disso, verificou-se a validade de estrutura interna por meio da medida de adequação de amostragem de Kaiser-Meyere-Olkin e do índice de

esfericidade de Bartlett. O alfa de Cronbach foi analisado em cada subescalas variando de .54 a .72 com média de .63 para os homens e de .52 a .77 com média de .65 para as mulheres. O instrumento foi utilizado na pesquisa que o desenvolveu e no estudo de Weiss et al. (2014).

O *Behavior Identification Form* (BIF; Vallacher & Wegner, 1989) se propõe a mensurar especificamente as diferenças individuais da agência pessoal. É um instrumento unidimensional com 25 itens que avaliam a identidade de ação por meio de duas identidades alternativas: uma que representa um caráter inferior e outra superior, ambas relacionadas à capacidade de ação. O indivíduo deve indicar a alternativa que melhor representa a descrição de suas ações. Para os autores, pessoas com alto nível de identidade de ação percebem seus atos a partir de suas motivações e significados, ao passo que as reflexões sobre os atos de pessoas com baixo nível de identidade de ação são direcionadas aos detalhes ou meios necessários para a ação. Quando essa identificação ocorre de um modo uniforme em diversos domínios de ação – tanto de modo inferior ou superior – pode-se compreender a percepção do entrevistado no tocante ao nível de agência pessoal.

Dentre as propriedades de medida, os autores verificaram a validade de estrutura interna, validade convergente, divergente e de critério (preditiva) do BIF, que apresentou consistência interna com alfa de Cronbach de .85. Esse instrumento foi o mais utilizado a partir dos estudos identificados, uma vez que além do artigo que trata do próprio desenvolvimento da ferramenta, outros cinco artigos a utilizam, totalizando seis documentos identificados que utilizam o BIF. Estão incluídos os estudos de Vallacher e Wegner (1989), que o desenvolveram, além de McCrae (1993), Bishop et al. (2000), Richmond et al. (2012), Schanen et al. (2017) e Pilarska (2019).

O *Assessment of Personal Agency Beliefs* (APAB; Ford & Chase, 1991) possibilita a avaliação de vinte e quatro objetivos gerais de vida e três aspectos relacionados ao autoconceito. Dentre os objetivos gerais de vida estão: os afetivos (estados subjetivos), cognitivos (estimulação intelectual); subjetivos da organização; quanto a relacionamento social (voltadas para si); quanto a relacionamento social integrativo (apego a um grupo) e; quanto a tarefas voltadas ao gerenciamento de atividades. Os aspectos relacionados ao autoconceito são: importância, habilidade e responsividade ambiental (Rouse & Austin, 2002). Por meio de uma escala *likert* de sete pontos, nas pesquisas em que se identificou o uso do APAB, a consistência interna das subescalas foram de .87 a .90 (Gordon, 1995; 1996; Rouse, 2001; Rouse & Austin, 2002).

O documento mais recente identificado que faz uso do APAB é de 2002. Com isso, observa-se que um dos instrumentos mais utilizados para mensuração de agência não tem sido

empregado com a mesma frequência nas últimas décadas. O APAB foi escolhido em quatro estudos além do artigo que apresenta o desenvolvimento do instrumento, que não foi inserido na pesquisa por não estar disponibilizado em sua íntegra. Nota-se que a autora principal das pesquisas que utilizaram o instrumento se repete nos quatro documentos identificados (Gordon, 1995; 1996; Rouse, 2001; Rouse & Austin, 2002), o que indica que não houve tanta variabilidade em relação aos autores que utilizaram o APAB.

Dois instrumentos que são utilizados para avaliação do controle psicológico de crianças, em que se inclui a capacidade de agência são o *Control, Agency, and Means-ends Interview* (CAMI; Little et al., 1995b) e sua atualização, o *Multi-dimensional Control Agency Means-ends* (Multi-CAM; Little & Wanner, 1997). O CAMI avalia a expectativa de controle, crença de agência e crenças de meios e fins por meio de 58 itens. Não foi identificado o documento que relata seu desenvolvimento e, por isso, não se obteve dados a respeito das propriedades psicométricas do instrumento, que foi utilizado em quatro artigos (Little et al., 1995b; Little et al., 1995a; Lopez, 1998; Little et al., 2001).

A atualização do CAMI deu origem ao *Multi-dimensional Control Agency Means-ends* (Multi-CAM; Little & Wanner, 1997), que possibilita mensurar motivos, comportamentos e crenças de controle de ação em crianças por meio dos fatores crenças de meios-fins, crenças de agência, expectativa de controle pessoal e comportamentos de controle de ação, dispostos em 165 itens com uma escala *likert* de sete pontos. No documento sobre o desenvolvimento do Multi-CAM não é apresentada a etapa empírica, apenas é mencionada a execução de modelagem de equações estruturais. A confiabilidade foi identificada no estudo de Baker et al. (2003), a qual varia de .80 a .95. Além do documento de desenvolvimento da ferramenta, identificou-se seu uso em outros quatro trabalhos: de Baker et al. (2003), Stratman (2006), Pérez et al. (2009) e de Shafran et al. (2015). Essas foram as únicas ferramentas identificadas para mensuração da capacidade de agência para uso com crianças. Outro ponto de destaque tanto do CAMI como do Multi-CAM é que além da versão em inglês, essas ferramentas foram elaboradas em alemão e russo, e em japonês no caso do CAMI, o que possibilita sua utilização em uma extensão maior de países, útil para comparações transculturais.

Constituída de seis subescalas, a *Multimeasure Agentic Personality Scale* (MAPS; Côté J., 1997) destina-se a representar o fator agente. Os atributos de personalidade agregados pela MAPS são: autoestima, propósito na vida, *locus* interno de controle, força do ego, autorrealização e compromisso ideológico. Esses atributos são analisados por meio de escalas específicas que, em função do número de instrumentos utilizados na pesquisa, são caracterizados de forma breve. Os dados foram coletados em dois momentos para a construção

da MAPS, que apresentou alfas de Cronbach de .61 nas duas coletas. Decorrente da escala original, na pesquisa de Lee (2013), a MAPS foi utilizada em uma versão com 20 itens, aprovada por Côté por meio de comunicação pessoal em 2010, que engloba apenas quatro dos construtos iniciais: *locus* interno de controle, autoeficácia, autoestima e propósito na vida. Essa versão da medida apresentou alfa de Cronbach geral de .73 e a subescala de autoestima não foi considerada confiável a partir do uso na amostra analisada em função do alfa ter apresentado valor de .5. Côté et al. (2016) explicaram que a adequação da escala para a versão de 20 itens foi elaborada por Côté em um trabalho de consultoria e apresentou alfa de Cronbach geral de .87. Juntamente com o artigo que apresenta o desenvolvimento do instrumento, identificaram-se outros três documentos que utilizam o MAPS ou o MAPS-20 (Côté, 1997; Lee, 2013; Côté et al., 2016).

O *Personal and Interpersonal Agency Scale* (PIAS; Smith et al., 1999; Smith et al., 2000) aborda duas dimensões de agência em sua avaliação, em que os autores compreendem a agência pessoal como a utilização de esforços e habilidades para atingir objetivos almejados. Além disso, diferenciam esse conceito de *locus* de controle interno, já que este se relaciona com a sensação de controle quanto aos acontecimentos, enquanto aquele refere-se à utilização de meios e estratégias para obter esse controle. Os autores sugeriram que o instrumento possui validade de construto (Smith et al., 2000). A PIAS passou pelo processo de validação semântica para o contexto brasileiro executado por Fontes et al. (2010), que deu origem à Escala de Agência Pessoal e Interpessoal (EAPI). As etapas realizadas nesse processo foram a tradução, retrotradução e aplicação em uma amostra de participantes, em que o alfa de Cronbach foi de .75 para a escala geral, enquanto as subescalas de crenças de agência pessoal e interpessoal obtiveram alfa de Cronbach de .74 e .44, respectivamente. Quatro documentos que o utilizam como base o instrumento de Smith et al. (2000) foram identificados em dois idiomas. Além do documento de desenvolvimento da ferramenta, as pesquisas de Drapalski et al. (2016) e Varcoe et al. (2019) o utilizaram em inglês, enquanto Fontes et al. (2010) fizeram a adaptação para o português.

A *Personal Agency Scale* (PAS) foi elaborada por Henderson (2002) com o propósito de ser um instrumento similar à escala de autoeficácia de Bandura, em que os indicadores foram extraídos de entrevistas com inventores de produtos realizadas em pesquisas anteriores do autor. Dos seis domínios observados – coragem, originalidade, foco, perseverança, habilidade interpessoal, habilidade técnica –, foram delineados três fatores finais: habilidade técnica, robustez, habilidade interpessoal, com alfas de Cronbach de .93, .83 e .67, respectivamente. Cabe mencionar que a escala completa não foi encontrada disponível e que apenas o documento

de elaboração da PAS foi encontrado utilizando-a, em que o autor descreve os recursos utilizados para essa finalidade.

O instrumento em espanhol identificado para mensuração do senso de agência pessoal é a *Escala de Agencia Personal y Empoderamiento* (ESAGE; Pick et al., 2007). A diferenciação entre os construtos centrais da escala é abordada no desenvolvimento da escala, ainda que sejam conceitos marcados por sua interrelação e interdependência, visto que a agência é compreendida como elemento fundamental para a obtenção do empoderamento. Desse modo, a agência pessoal direciona-se a um nível interno, enquanto o empoderamento ocorre quando passa a atingir o nível externo. Isso ocorre por meio de mudanças que dependem anteriormente do desenvolvimento do senso de agência e, assim, possibilitam uma postura proativa do sujeito no tocante a seu contexto, considerando os elementos sociopolíticos e econômicos que o caracteriza.

Outro esclarecimento de Pick et al. (2007) é que em muitos casos a agência é mensurada por meio de conceitos psicológicos vinculados. Nesse sentido, esse instrumento visa a utilização do conceito de agência de forma que agregue esses diversos elementos necessários “para um funcionamento individual saudável e competente” (p. 296). Dentre os construtos englobados nessa análise estão: autoeficácia, autodeterminação, controle, autonomia e autorregulação. A escala *likert* utilizada é de quatro pontos e os alfas de Cronbach das subescalas de agência e empoderamento são de .71 e .74, respectivamente (Pick et al., 2007). A ESAGE foi utilizada em duas pesquisas: a de Pick et al. (2007), que a desenvolveu, e a de Martínez-Jaikel (2020).

O *Gender Role Inventory* (GRI-14; Weaver & Sargent, 2007) avalia agência e comunalidade por meio de 14 itens e é embasado no *Stereotypical Masculinity Scale* (Bem, 1974). O documento de seu desenvolvimento não foi encontrado disponível *online* e por isso, as informações obtidas para a análise somente são as disponibilizadas por Lawson e Lips (2014), autores que utilizaram a ferramenta. A escala utilizada é *likert* de sete pontos e o fator agente apresenta boa consistência interna, já que o alfa de Cronbach é de .84.

O *Implicit Association Test* (IAT; Campbell et al., 2007) mensura a força de associação cognitiva com uso de palavras que são características de agência implícita, comunalidade implícita e autoestima implícita. Como propriedades psicométricas identificou-se no fator agência: $t(23) = 9.2$, $prep > .999$, $d = 3.84$; fator comunalidade $t(23) = 4.95$, $Prep = .998$, $d = 2.06$ e; no fator autoestima implícita $t(23) = 1.2$, $prep = .796$, $d = .5$. Apenas dois artigos identificados utilizaram essa ferramenta (Campbell et al., 2007; Brown et al., 2016).

A *List of trait adjectives of Agency and Communion* (AC; Abele et al., 2008) é o instrumento identificado com mais versões em outros idiomas além do original, já que a versão em inglês foi traduzida para o francês, italiano e polonês por falantes nativos para viabilizar a coleta de dados nesses países. Com um total de 69 itens, a lista contém adjetivos associados à agência e comunalidade utilizando uma escala de seis pontos. Identificaram-se dois documentos que o utilizaram (Abele et al., 2008; Schock et al., 2018), que apresentam análises que atestam a validade de estrutura interna.

Por meio do *Communion and Agency Judgments* (ACJ; Bosak et al., 2008) é possível a verificação da influência da ocupação de papéis exercidos por mulheres e homens nos julgamentos a respeito de agência e comunalidade, visto que se trata de um teste para verificação de traço estereotipado de gênero. O ACJ apresenta quatro características sobre cada fator em uma escala *likert* de sete pontos. O instrumento apresentou teste de hipóteses, com análise de variância do tipo ANOVA e alfa de Cronbach de .72 para os itens de agência e .85 para os itens de comunalidade e observou-se seu uso apenas no documento de desenvolvimento da ferramenta.

A *Agentic and Comunal traits* (AC; Wojciszke & Szlendak, 2010) apresenta fatores que avaliam traços de senso de agência e comunalidade dos respondentes por meio de uma escala *likert* de sete pontos. No artigo que apresenta seu desenvolvimento não foi possível a apresentação dos dados referentes à validade da ferramenta em função da extensão do trabalho. Em função disso, os autores discutiram essas propriedades psicométricas em outro manuscrito, que indicaram a verificação de consistência interna por meio do alfa de Cronbach de .92 para a escala de comunalidade e .9 para a escala da agência, validade de conteúdo, validade de estrutura interna, validade convergente e validade discriminante do instrumento (Wojciszke & Cieślak, 2014). Além dos artigos de seu desenvolvimento e de apresentação das evidências de validade, o instrumento é utilizado por Cislak (2014) e Bialobrzaska et al. (2019), totalizando quatro documentos.

Por meio das informações coletadas pelo *Assessment of Human Agency* (AHA; Yoon, 2011) é possível identificar o nível de agência pessoal dos sujeitos analisados considerando a intencionalidade, premeditação, autorreatividade e autorreflexão, que são processos cognitivos considerados como elementos centrais para a agência de acordo com Bandura (2001). O AHA apresenta validade de estrutura interna, convergente, de construto e de critério, com alfa de Cronbach entre .88 e .9. O uso do instrumento original apenas foi identificado no documento de desenvolvimento da ferramenta. No entanto, a partir de adaptações importantes da ferramenta de Yoon (2011), Verdín e Godwin (2019) utilizaram o AHA em uma pesquisa com

estudantes universitários. A confiabilidade foi avaliada por meio de uma análise fatorial confirmatória e do alfa de Cronbach, que foi de .857 para os fatores intencionalidade e reatividade e .899 para os fatores refletividade e premeditação. Cabe evidenciar que Yoon (2011) e Verdín e Godwin (2019) apontaram o AHA como instrumento pioneiro desenvolvido e validado para avaliação da agência pessoal a partir dos elementos apontados por Bandura (2001). Por meio dessa revisão sistemática identificou-se que é uma afirmação equivocada, visto que a escala desenvolvida por Henderson (2002) – a *Personal Agency Scale* (PAS) – foi proposta a partir da abordagem desse autor.

A adaptação da *Stereotypical Masculinity Scale* de Bem (1974) foi realizada por Besta et al. (2015) para abordar os aspectos voltados para a agência. Essa alteração da escala foi executada pois seu objetivo inicial era o de mensurar papéis estereotipados de gênero sem a menção da capacidade de agência. No entanto, esse instrumento aborda elementos relacionados à orientação para a ação e autoeficácia que, de acordo com Besta et al. (2015), são aspectos centrais da agência na perspectiva de Bandura (2001, 2006), o que justifica sua utilização para essa finalidade. Logo, a *Stereotypical Masculinity Scale* de Bem (1974) não se trata de um instrumento que mensura agência, mas a adaptação realizada por Besta et al. (2015), sim, e apresenta consistência interna de $\alpha = .81$. Foi a única escala identificada que utiliza a *Stereotypical Masculinity Scale* para investigação da agência a partir de uma adaptação para maior enfoque na capacidade de agência humana, apesar de haver outros documentos que estão embasados nessa escala, como já mencionado. Além disso, foi o único instrumento em que foi possível identificar as etapas do processo de adaptação transcultural para o idioma polonês.

O desenvolvimento do *Personal Agency Questionnaire* (PAQ; Lundquist, 2012, 2015) deu-se a fim de mensurar o desenvolvimento da agência pessoal por meio da terapia. Lundquist (2015) o adaptou visando favorecer a confiabilidade entre os fatores e desenvolver uma validade adicional à escala original. A partir disso, a escala antes composta por seis fatores e com 42 itens passou a ser composta por apenas quatro fatores e 24 itens, sendo eles: a) capacidade de fazer escolhas a partir dos próprios valores e intenções de vida considerando as influências de questões culturais; b) capacidade de iniciar ações partindo de escolhas pessoais considerando outras opções; c) crenças sobre possuir responsabilidade sobre as escolhas de outras pessoas e; d) usufruir as oportunidades de colaborar com outras pessoas visando a produção do futuro. Os alfas de Cronbach dos fatores são .78; .78; .72 e .73, respectivamente, e da escala geral é de .9. Identificou-se que o instrumento possui validade convergente e discriminante. Os documentos que fazem uso dessa ferramenta se referem apenas aos que se propuseram a desenvolvê-lo (Lundquist, 2012, 2015).

O *Personal Agency Beliefs* (PAB; Lee et al., 2016) avalia a agência pessoal por meio da associação de crenças relacionadas ao contexto e crenças sobre a própria capacidade. Por meio do PAB, os autores salientaram a importância das crenças sobre a agência não só quanto a questões internas, assim como para aspectos interpessoais. A confiabilidade do instrumento foi mensurada pelo alfa de Cronbach, que é de .93 para a escala geral e se utilizou análise de equações estruturais. Os procedimentos para construção e validação não são descritos.

O *Assessment Tool for Perceived Agency* (ATPA-22; Lautamo et al., 2020) se trata de uma ferramenta unidimensional para mensuração da agência e, a partir dessa medida, possibilita a identificação de quais elementos da agência pessoal dos respondentes requerem apoio e podem ser mais bem desenvolvidos. É o instrumento mais recente que avalia agência pessoal identificado nesta pesquisa para avaliação com jovens adultos. A partir das análises executadas, identificou-se alta consistência interna, além da verificação da validade convergente por meio da análise em paralelo com os dados obtidos por meio do EuroHIS-8, utilizado para analisar a qualidade de vida. Essa análise demonstrou uma forte correlação entre os resultados de ambas as escalas. A análise da estrutura interna apontou a unidimensionalidade do ATPA-22, que demonstrou boa capacidade de separação.

As informações referentes às propriedades de medidas verificadas nos documentos que se propuseram a desenvolver os 23 instrumentos identificados estão sintetizadas na Tabela 7.

Tabela 7

Síntese das propriedades de medidas dos instrumentos de mensuração da agência

Escala/ Propriedades de medida	Consistência interna	Erro de medição	Teste de hipóteses	Capacidade de resposta	Validade de conteúdo	Validade de estrutura interna	Validade Convergente	Validade Divergente	Validade de Construto	Validade transcultural	Validade de critério
<i>Personal Attributes Questionnaire</i> (Spence & Helmreich, 1978)	X	-	-	-	-	X	X	X	-	-	X
<i>Extended Personal Attributes Questionnaire</i> (Spence et al., 1979)	X	-	-	-	-	X	-	X	-	-	-
<i>German Extended Personal Attributes Questionnaire</i> (Runge et al., 1981)	X	-	-	-	-	X	-	-	-	*	-
<i>Behavior Identification Form</i> (Vallacher & Wegner, 1989)	X	-	-	-	-	X	X	X	-	-	X
<i>Assessment of Personal Agency Beliefs</i> (Ford & Chase, 1991)	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Control, Agency, and Means-ends Interview</i> (Little et al., 1995b)	X	-	-	-	-	X	-	-	-	X	X
<i>Multi-dimensional Control Agency Means-ends</i> (Little & Wanner, 1997)	X	-	-	-	-	-	-	-	-	*	-
<i>Multimeasure Agentic Personality Scale</i> (Côté, 1997)	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Multimeasure Agentic Personality Scale 20</i> (Côté et al., 2016)	X	-	X	-	-	X	-	-	-	-	-
<i>Personal and Interpersonal Agency Scale</i> (Smith et al., 1999; Smith et al., 2000)	X	X	X	-	-	X	-	-	*	-	-
<i>Escala de Agência Pessoal e Interpessoal</i> (Fontes et al., 2010)	X	X	-	-	-	X	-	-	-	*	-
<i>Personal Agency Scale</i> (Henderson, 2002)	X	-	X	-	X	X	-	-	-	-	-
<i>Escala de Agencia Personal y Empoderamiento</i> (Pick et al., 2007)	X	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-
<i>Implicit Association Test</i> (Campbell et al., 2007)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Gender Role Inventory</i> (Weaver & Sargent, 2007).	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>List of trait adjectives of Agency and Communion</i> (Abele et al., 2008)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	*	-
<i>Communion and Agency Judgments</i> (Bosak et al., 2008).	X	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Agentic and Comunal traits</i> (Wojciszke & Szlendak, 2010).	X	-	-	-	X	X	X	X	-	-	-
<i>Assessment of Human Agency</i> (Yoon, 2011; Verdín & Godwin, 2019).	X	X	X	-	X	X	X	-	-	-	X
<i>Adaptação da Stereotypical Masculinity Scale</i> (Besta et al., 2015).	X	-	-	-	-	-	-	-	-	X	-
<i>Personal Agency Questionnaire</i> (Lundquist, 2012, 2015)	X	-	X	-	-	X	X	-	X	-	-
<i>Personal Agency Beliefs</i> (Lee et al., 2016)	X	-	X	-	-	X	-	-	-	-	-
<i>Assessment Tool for Perceived Agency</i> (Lautamo et al., 2020)	X	X	X	-	X	X	X	-	X	-	-

Fonte: elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa.

* Processo realizado parcialmente ou de forma incompleta.

Por meio da síntese proposta pela Tabela 7, cabe observar que dos 23 instrumentos analisados, 21 apresentaram análise da consistência interna e confiabilidade e desses, 20 utilizaram o alfa de Cronbach, que é um dos procedimentos mais utilizados para mensurar a consistência interna ou fidedignidade de um instrumento (Zanon & Hauck Filho, 2015). O alfa de Cronbach se trata de uma estimativa da confiabilidade que tem como base as intercorrelações demonstradas pelas variáveis observadas (Porto, 2019).

Como critério de validade mais utilizado por esse grupo de instrumentos, a validade de estrutura interna foi mensurada em quinze instrumentos de diferentes maneiras. Esse tipo de validade demonstra se as respostas obtidas pelo instrumento são internamente consistentes no tocante às distintas partes que compõem a ferramenta (Messick, 1989; Pasquali, 2007). A execução do teste de hipóteses, que se refere à verificação do aceite ou rejeição das hipóteses iniciais formuladas pelos pesquisadores, foi identificada em oito instrumentos. Cabe ressaltar que essa propriedade de medida é fundamental para a obtenção da validade de construto (Souza et al., 2017).

A validade convergente, por sua vez, foi identificada em seis instrumentos e possibilita a verificação de que os indicadores de diferentes fenômenos possuem relação significativa, em que ambos apresentam alta variância em comum (Hair Jr. et al., 2019). Pode ser obtida correlacionando instrumentos que mensuram um fenômeno semelhante, em que se espera uma alta correlação entre os fatores (Polit, 2015). Somente quatro instrumentos apresentaram análises que asseguraram a validade divergente, que é observada por meio do uso da medida de um construto diferente do que aquele que se está investigando (Polit, 2015). Além da validade divergente, a validade de conteúdo foi mencionada em quatro instrumentos e sua importância se dá pelo fato de que possibilita uma definição quanto à natureza do fenômeno que se pretende mensurar, além de proporcionar informações a respeito da validade de construto (Vianna, 1983).

O erro de medição é apontado por quatro instrumentos, sendo que dois destes demonstram o erro padrão identificado – a Escala de Agência Pessoal e Interpessoal (EAPI; Fontes et al., 2010) e a *Personal Agency Scale* (PAS; Verdín & Godwin, 2019). Esse dado pode ser identificado por meio da observação da variação nos escores obtidos entre as aplicações de um instrumento em um mesmo participante, que tem como causa a variação dos escores de erro. Nos casos em que as variações identificadas em medidas repetidas de um dado fenômeno psicológico possuem valor constante denomina-se erro padrão da medida, que se trata do desvio padrão dos escores de erro (Primi, 2012).

Quatro instrumentos foram identificados como apresentando validade de critério. Nesse tipo de validade, os pesquisadores comparam os resultados obtidos por meio da escala com os resultados de outra escala a respeito do mesmo construto considerada “padrão ouro” (Polit, 2015). Partindo desse teste critério, os resultados devem ser correspondentes para os dois instrumentos para que esse tipo de validade seja atestado (Roach, 2006). A validade transcultural foi verificada em apenas dois instrumentos e foi realizada de maneira parcial em outros quatro, já que nem todos apresentam todas as etapas recomendadas por Beaton et al. (2020).

A validade de construto foi identificada em dois instrumentos. Este tipo de validade é decorrente do acúmulo de investigação e conhecimento utilizando o instrumento em questão a partir de diversas perspectivas e análises sobre o assunto. Portanto, as menções de que o instrumento possui validade de construto já na validação inicial da escala podem ser questionáveis nesse sentido (Vianna, 1983). Cabe observar que nenhum instrumento demonstrou a capacidade de resposta do instrumento. Considerando esses elementos, é possível constatar que nem todas as ferramentas apresentaram diferentes tipos de validade, sendo que cinco instrumentos apresentam delineamentos conceituais e estatísticos pouco aprofundados ou tais elementos não foram encontrados nos documentos que apresentam seu desenvolvimento ou não estavam disponibilizados.

3.4 Discussão

A partir dos dados identificados, é possível analisar os instrumentos a partir de três aspectos: as perspectivas teóricas e historicidade dos instrumentos, as propriedades psicométricas e a população e amostra dos estudos que desenvolveram os instrumentos, assim como os idiomas que estão disponibilizados.

3.4.1 Perspectivas teóricas e historicidade dos instrumentos

As perspectivas teóricas a respeito dos estudos sobre agência indicadas pelo estudo 1 podem ser observadas por meio dos instrumentos de mensuração do construto a partir do referencial teórico que embasa as pesquisas, que se reflete na dimensionalidade utilizada pelas escalas. No entanto, cabe ressaltar que os instrumentos associados à perspectiva teórica que é voltada à consciência e controle de movimentos não foram incluídos. Essa escolha se deu uma vez que, mesmo que estejam relacionados à capacidade de agência como um todo, essa revisão

da literatura se dedicou à agência pessoal enquanto capacidade cognitiva direcionada a atitudes, comportamentos e não a questões de controle motor.

Os primeiros instrumentos identificados estão alinhados com a perspectiva teórica que relaciona sexo, gênero e a influência na agência e comunalidade, que tem como base a ideia de representação de papéis sociais de homens e mulheres e seus respectivos estereótipos associados. A partir dessa compreensão, o senso agência está associado ao masculino, com características de determinação, individualismo, ação, competência, ambição, dominância, objetividade, por exemplo. Já o senso de comunalidade direciona-se ao feminino, contemplando o cuidado, coletivismo, moralidade, interdependência e investimento parental, por exemplo (Abele, 2003; Abele & Wojciszke, 2007; Wojciszke & Abele, 2008).

Alinhadas a essa perspectiva, nove ferramentas foram observadas, sendo elas: Personal Attributes Questionnaire (PAQ; Spence & Helmreich, 1978), Extended Personal Attributes Questionnaire (EPAQ; Spence et al., 1979), German Extended Personal Attributes Questionnaire (GEPAQ; Runge et al., 1981), *Implicit Association Test* (IAT; Campbell et al., 2007), *Gender Role Inventory* (GRI-14; Weaver & Sargent, 2007), *List of trait adjectives of Agency and Communion* (AC; Abele et al., 2008), *Communion and Agency Judgments* (ACJ; Bosak, Sczesny & Eagly, 2008), *Agentic and Comunal traits* (AC; Wojciszke & Szlendak, 2010), adaptação da *Stereotypical Masculinity Scale* (ASMS; Bem, 1974; Besta et al., 2015).

A outra perspectiva teórica dos instrumentos que foi observada está associada ao modelo de causação recíproca triádica ou com a linha teórica que discorre sobre *agency* e os processos metacognitivos e de aprendizagem. O modelo de causação recíproca triádica parte do pressuposto de que os fatores ambientais, fatores pessoais e motivação para ação/comportamento exercem influência entre si no tocante à capacidade de agência pessoal. A metacognição tem papel fundamental nesse processo, em que os principais recursos são a intencionalidade, premeditação, autorreatividade e autorreflexão (Bandura, 1989, 2001, 2006, 2018).

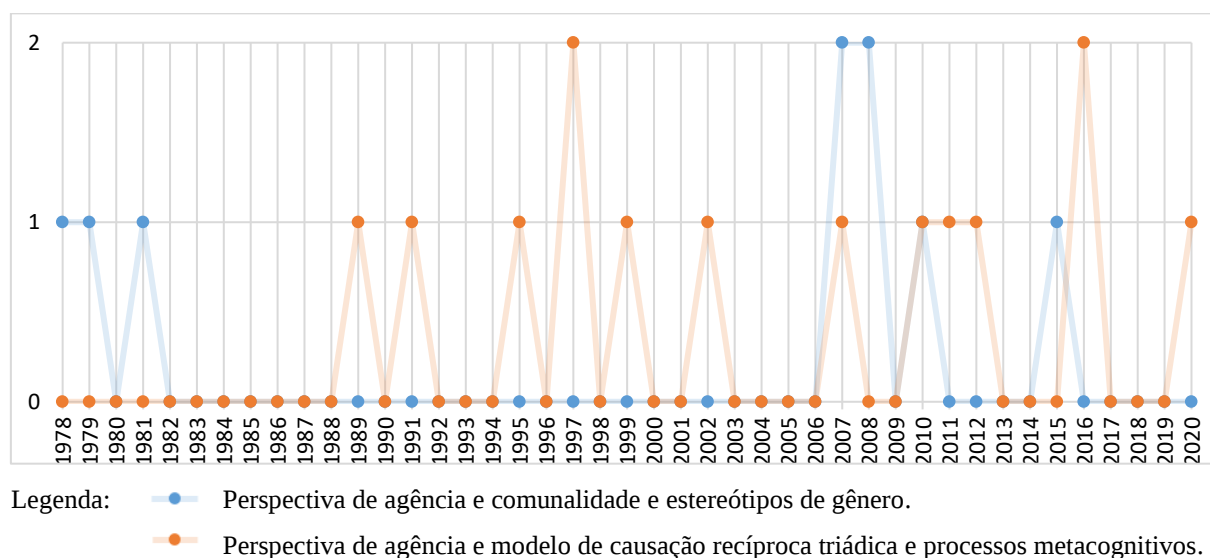
Associados a esta perspectiva estão 14 instrumentos: o *Behavior Identification Form* (BIF; Vallacher & Wegner, 1989), *Assessment of Personal Agency Beliefs* (APAB; Ford & Chase, 1991), *Control, Agency, and Means-ends Interview* (CAMI; Little et al., 1995b), *Multi-dimensional Control Agency Means-ends* (Multi-CAM; Little & Wanner, 1997), *Multimeasure Agentic Personality Scale* (MAPS; Côté, 1997), *Multimeasure Agentic Personality Scale 20* (MAPS-20; Côté et al., 2016), *Personal and Interpersonal Agency Scale* (PIAS; Smith et al., 1999; Smith et al., 2000), Escala de Agência Pessoal e Interpessoal (EAPI; Fontes et al., 2010; baseada em Smith et al., 1999; Smith et al., 2000), *Personal Agency Scale* (PAS; Henderson,

2002), *Escala de Agencia Personal y Empoderamiento* (ESAGE; Pick et al., 2007), *Assessment of Human Agency* (AHA; Yoon, 2011), *Personal Agency Questionnaire* (PAQ; Lundquist, 2012, 2015), *Personal Agency Beliefs* (PAB; Lee et al., 2016), *Assessment Tool for Perceived Agency* (ATPA-22; Lautamo et al., 2020).

Ainda que essa perspectiva tenha maior número de instrumentos desenvolvidos considerando dimensionalidades distintas, não se identificou nenhum instrumento que contemple de maneira concomitante todos os fatores de agência identificados no Estudo 1. Esses fatores são: intencionalidade, premeditação, autorreatividade, autorreflexão, autoeficácia e autorregulação ou *locus* de controle interno. Isso demonstra uma possível limitação no tocante ao embasamento teórico na construção desses instrumentos. Em relação à distribuição temporal do desenvolvimento dessas escalas, é possível observar movimentações distintas quanto às diferentes perspectivas teóricas desses instrumentos. Esse cenário está ilustrado na Figura 6, em que o número de escalas desenvolvidas está apontado conforme o ano.

Figura 6

Distribuição do ano de desenvolvimento das escalas de cada perspectiva teórica



Fonte: dados da pesquisa.

Com base na Figura 6 é possível observar que os instrumentos que se referem à agência e comunalidade e estereótipos de gênero são mais antigos e preconizam o ferramental para mensuração do construto. No entanto, possuem menor constância no tocante ao desenvolvimento de novas escalas, visto que após a escala de 1981, apenas foram identificados novos instrumentos a partir de 2006 e nenhuma nova ferramenta foi observada nos últimos seis anos. Em contrapartida, mesmo com o primeiro instrumento associado a essa perspectiva datar

o ano de 1989, a linha teórica que associa a agência e o modelo de causação recíproca triádica e os processos metacognitivos apresenta maior constância no desenvolvimento de novos instrumentos, além de possuir três novos instrumentos disponibilizados nos últimos cinco anos.

A razão do decréscimo do uso de instrumentos associados à noção de agência e estereótipos de gênero pode estar associada à desmistificação desses estereótipos de gênero, especialmente por estarem associados a prejuízos no desenvolvimento e maturação emocional e, conseqüentemente, ao sofrimento psíquico (Jesus et al., 2020). Além disso, Landes e Settersten Jr. (2019) ampliam a percepção de agência com relação a influência dos relacionamentos interpessoais nessa capacidade e criticam a falta de reconhecimento desse aspecto na literatura sobre o assunto, ainda que esteja englobada na conceitualização de Bandura como parte dos influenciadores externos. Os autores compreenderam que a agência humana é dependente dos aspectos relacionais e propõem que a conceitualização e mensuração da agência requerem a consideração de que as vidas das pessoas estão interligadas e que para que a agência se estabeleça, não é necessária essa noção de total “independência”, o que contraria a noção de antagonismo entre agência e comunalidade.

3.4.2 Propriedades psicométricas dos instrumentos

Com base na análise minuciosa das propriedades psicométricas dos instrumentos selecionados, o uso da teoria clássica dos testes foi identificado na análise de todas as ferramentas que apresentavam esses dados, com nenhuma verificação do uso da Teoria de Resposta ao Item, que é comum em estudos que utilizam medidas psicométricas. Dentre essas propriedades observadas, o uso predominante do alfa de Cronbach nos instrumentos confirma a primazia de seu uso para analisar a consistência interna ou fidedignidade (Zanon & Hauck Filho, 2015). As ferramentas analisadas possuem o valor de alfa entre .61 e .95, ou seja, a maioria apresenta valores considerados aceitáveis (Hair Jr. et al., 2009).

Nos critérios de validade, a verificação da validade de estrutura interna foi a mais atendida nos instrumentos, especialmente com uso de análises fatoriais exploratórias e confirmatórias, o que aponta ser uma propriedade essencial a ser observada nos instrumentos psicométricos. Os outros tipos de validade mais observados nesta amostra de instrumentos, ainda que em menor número, são a validade convergente – em seis instrumentos – e a validade divergente – em quatro instrumentos. Ao considerar o número inferior de ferramentas que executaram esse processo, é possível corroborar a afirmação de Henderson, (2002) a respeito da dificuldade na identificação de instrumentos de medida bem validados

para executar a verificação desses dois tipos de validação. Essa dificuldade pode estar relacionada com a falta de clareza conceitual sobre a *agency* para que sejam estabelecidos esses construtos que apresentam características análogas ou antagônicas.

A realização da validade transcultural foi verificada em apenas um instrumento que é a adaptação da *Stereotypical Masculinity Scale* de Bem (1974) realizada por Besta et al. (2015). No entanto, apenas essa informação não representa um indício de que essa etapa não foi contemplada nos artigos por falha metodológica, visto que a maioria se trata de desenvolvimento dos instrumentos e não da adaptação para outra cultura. Nos casos dos instrumentos de Runge et al. (1981) e de Fontes et al. (2010), a validação transcultural não foi executada de maneira completa, visto que apenas foram realizadas as primeiras etapas desse processo, que se limitam a uma validação semântica por meio de tradução e retrotradução dos instrumentos. De acordo Beaton (2000), as etapas para uma adaptação transcultural se referem a: tradução, síntese das traduções, retrotradução, sínteses das retrotraduções, verificação por parte de um comitê de especialistas e o pré-teste.

Ainda que não tenha sido mencionado o processo de validação transcultural, três instrumentos foram construídos em idiomas diferentes ao de origem, que são: a *List of trait adjectives of Agency and Communion* (AC; Abele et al., 2008), o *Control, Agency, and Means-ends Interview* (CAMI; Little et al., 1995b) e o *Multi-dimensional Control Agency Means-ends* (Multi-CAM; Little & Wanner, 1997). No entanto, não apresentam as propriedades psicométricas dos instrumentos nessas diferentes versões.

Desse modo, no tocante às propriedades psicométricas, ao analisar os aspectos metodológicos desse grupo de instrumentos, observa-se que nem todos apresentaram diferentes tipos de validade, o que demonstra a pouca robustez das análises propostas, especialmente porque muitos apresentam análises estatísticas pouco aprofundadas. Além disso, salienta-se a ausência de linguagem clara acerca das propriedades de medida utilizadas para análise dos instrumentos, as quais não são escritas de maneira objetiva em todos os casos, o que pode dificultar o entendimento da qualidade dos instrumentos para leitores que não tenham tanta proximidade com os termos e testes estatísticos.

3.4.3 População, amostra e idioma dos instrumentos

Os instrumentos identificados se destinam a diferentes grupos populacionais, em que se observou uma distribuição da amostra dos estudos que inclui: crianças e adolescentes, jovens e estudantes, adultos (sem especificações) e profissionais. Quanto aos testes destinados para

crianças e adolescentes apenas identificaram-se dois: o CAMI e o Multi-CAM. Esse número pequeno de ferramentas destinadas a essa faixa etária pode se justificar por o período da infância e adolescência ser marcado pela autonomia ainda estar em desenvolvimento, em que a liberdade de realizar escolhas mais significativas perpassa pela aprovação e responsabilização de um adulto.

As amostras de jovens e estudantes foram encontradas em nove estudos que se propuseram a desenvolver os instrumentos. Esse direcionamento para esse grupo pode estar associado à importância da agência para decisões relacionadas com a carreira e com a inserção no mundo do trabalho, já que algumas decisões que podem ser tomadas nesse período são relevantes ao abordar a noção de curso de vida. Isso se justifica nos casos das amostras com adultos, identificadas em dez estudos, e com profissionais, observadas em outros dois estudos. Esses dados reforçam a necessidade de mensuração da agência na vida adulta, especialmente pelas implicações do fenômeno na percepção de carreira (Chen & Hong, 2020) e nas respostas de modo proativo às situações que envolvem o âmbito educacional e profissional (Betz, 1987).

No tocante ao idioma dos instrumentos, dos 23 identificados, 19 estão disponíveis em inglês. Apenas 7 estão em outros idiomas, elaborados por procedimentos diversos, em que alguns realizaram apenas as etapas de tradução e retrotradução e outros foram construídos já no idioma destinado. O segundo idioma com maior número de escalas é o alemão, que é contemplado com a GEPAQ (Runge et al., 1981), CAMI (Little et al., 1995b) e Multi-CAM (Little & Wanner, 1997), com três instrumentos, seguido do polonês, com dois instrumentos: a adaptação da SMS (Besta et al., 2015) e a AC (Abele et al., 2008).

Em russo estão dois instrumentos: o CAMI (Little et al., 1995b) e o Multi-CAM (Little & Wanner, 1997). Os idiomas que apresentam apenas um instrumento para mensuração de agência são o português com a EAPI (Fontes et al., 2010), o espanhol com a EAPE (Pick et al., 2007), o japonês com o CAMI (Little et al., 1995b) e o francês e italiano com o AC (Abele et al., 2008). A existência do mesmo instrumento em diferentes idiomas torna possível o uso dessa medida em uma extensão territorial maior, viabilizando estudos comparativos entre diferentes países.

3.5 Conclusão

A partir da execução dessa revisão sistemática da literatura que buscou analisar as propriedades psicométricas de instrumentos de mensuração da agência pessoal identificaram-se 23 instrumentos que se propõem a mensurar a agência pessoal de maneira específica. Dos 55

documentos analisados, alguns se destinam especificamente à construção ou adaptação e validação desses instrumentos, enquanto outros apresentavam novas pesquisas empíricas com uso dessas ferramentas.

Observaram-se fragilidades no tocante à robustez das propriedades psicométricas dos instrumentos, já que a maior parte se limita à validade de estrutura interna. As validades convergentes e divergentes são pouco exploradas, o que pode se dar em função da dificuldade em identificar outros instrumentos que possibilitem essa verificação, mas pode se relacionar com a falta de clareza conceitual sobre *agency* para que seja possível estabelecer esses critérios. Não foi identificado um instrumento que vise a mensuração da agência com validade estatística para o português, tampouco no contexto brasileiro, pois o único instrumento adaptado para esse idioma apresentou somente a validação semântica e o alfa de Cronbach, no caso o *Agency Beliefs*, de Smith et al. (2000) adaptado pela pesquisa de Fontes et al. (2010).

A partir desse dado, observou-se que o desenvolvimento de um instrumento adaptado para o contexto brasileiro é a principal recomendação de estudos a partir dessa revisão sistemática. A inexistência de um instrumento que atenda aos critérios de validade dificulta os avanços da literatura sobre a *agency* em países com esse idioma, além de ser uma opção de medida para uso por pesquisadores que já estudam o tema e acabam por utilizar instrumentos de construtos relacionados, como o caso da pesquisa de Dressler et al. (2019) já mencionada.

Observaram-se dois grupos de instrumentos com base no aporte teórico que os embasa, identificados na literatura mencionada e nos fatores que compõem as escalas. Os primeiros instrumentos estão baseados na percepção de agência e comunalidade, pautados em estereótipos de papéis de gênero. A segunda vertente de instrumentos tem alinhamento com o modelo de causação recíproca triádica ou com a linha teórica que discorre sobre *agency*, aprendizagem e processos metacognitivos, que contempla o maior número de ferramentas. Além disso, não se identificou nenhum instrumento que contemple de maneira concomitante todos os fatores de agência identificados no estudo 1, que são: intencionalidade, premeditação, autorreatividade, autorreflexão, autoeficácia e autorregulação ou *locus* de controle interno.

Dentre as limitações do estudo, mesmo com o rastreio em seis bases de dados, ainda é possível que outros instrumentos não tenham sido contemplados, em vista da dificuldade de abarcar a totalidade dos estudos disponíveis e por não terem sido rastreados outros documentos da literatura cinzenta. Além disso, alguns dos documentos que desenvolveram instrumentos não puderam ser acessados, o que limitou a descrição do desenvolvimento da ferramenta e de suas propriedades psicométricas. Como sugestões para estudos futuros, salienta-se a recomendação de desenvolvimento de instrumentos para mensuração de agência em crianças, já que apenas

duas ferramentas foram identificadas e o desenvolvimento de pesquisas em outros idiomas além do inglês, pois dos 23 instrumentos estudados, somente seis não estavam nesse idioma – um em português, um em espanhol, dois em alemão, um em russo, um em italiano, um em francês, um em japonês e um em polonês. Isso pode ser uma das possíveis justificativas para o pequeno número de estudos sobre a capacidade de agência humana na América Latina, incluindo o Brasil.

4 Estudo 3 – Construção e evidências iniciais de validade de um instrumento para mensuração da agência pessoal em trabalhadores

4.1 Introdução

O modelo de causação recíproca triádica para o entendimento da agência humana proposto por Bandura (1989) explica que a capacidade de tomar decisões sobre a própria vida e agir em prol desses pressupostos decorre de fatores pessoais, da motivação para a ação ou o comportamento, mas também de influências externas. Nesse processo decisório devem ser considerados os objetivos pessoais, as prioridades, as obrigações e outros fatores que possam exercer influência, uma vez que impactará diretamente na vida do sujeito agente, que é responsável por essas escolhas e ações (Sen, 1985). Mesmo com as perspectivas de diferentes teóricos sobre o tema, a ideia de “vontade” parece estar intrínseca ao conceito de agência, remetendo à importância da motivação para a ação como fator associado à essa capacidade (Reynolds & Placido, 2020). As relações interpessoais atuam como potencializadoras, podendo amplificá-la, o que reforça que a noção de total independência das pessoas umas das outras é equivocada (Landes & Settersten Jr., 2019).

As implicações de maiores níveis de agência pessoal estão associadas a maior autonomia e capacidade do exercício de volição (Sautu, 2022), mas ainda existem dificuldades para a mensuração de tais características. Mesmo com as distintas vertentes de pesquisa sobre *agency* identificadas no estudo 1, observa-se que ainda existem indefinições em torno das medidas desse construto, que decorre muitas vezes em função da falta de revisão da literatura já desenvolvida (Alkire, 2005). São observadas generalizações ou simplificações do construto, evidenciando a dificuldade na identificação de quais conceitos constituem e estão englobados na capacidade de *agency* (Pick et al., 2007). Logo, para a mensuração adequada é necessário ter em conta a multidimensionalidade do fenômeno em questão (Cauce & Gordon, 2012).

Níveis mais rebaixados de agência pessoal estão relacionados com comportamentos impulsivos, menos motivação, menos consistência em relação a manutenção de comportamentos com o passar do tempo, menor controle situacional e menor previsibilidade das implicações de suas ações. Em contrapartida, pessoas com níveis elevados de agência pessoal tendem a ter maior controle dos objetivos pessoais, assim como inclinação para o planejamento e a organização e a estabilidade de suas ações, inclusive em situações que envolvem mudança no contexto, com reflexos no autoconceito (Vallacher & Wegner, 1989).

A capacidade de agência pessoal possibilita a expressão da criatividade e da autonomia para guiar a própria vida. Por essa razão é intencional, reflexiva, imaginativa-criativa e autoafirmativa e é possível subentender que todas as pessoas possuem a capacidade de agência em maior ou menor grau (Sautu, 2022). Mas como é possível estabelecer essa medida a fim de identificar variações no nível de agência pessoal em cada sujeito? As dificuldades no estabelecimento da medida do construto já eram apontadas por diversos pesquisadores (Alkire, 2005; Pick et al., 2007; Cauce & Gordon), o que pode se dar em função da complexidade do construto. No entanto, a necessidade do estabelecimento dessa ferramenta metodológica é justificada pela possibilidade de contribuir para o melhor entendimento da manifestação da teoria na realidade.

A construção de um instrumento para mensurar um fenômeno psicológico requer um embasamento teórico solidificado. Isso é necessário tanto para a construção dos itens quanto para tomar decisões relevantes nesse processo, como por exemplo os fatores que compõem o instrumento, o modo como deve ser respondido e o público-alvo a que se destina. Além disso, a averiguação da existência de instrumentos prévios que avaliem o fenômeno no Brasil é uma etapa necessária (Bandeira & Hutz, 2019). Esses procedimentos foram realizados por meio de revisões de literatura integrativa e sistemática, que antecederam a construção do instrumento, assegurando a relevância da construção da ferramenta em questão.

Para garantir a qualidade dos instrumentos utilizados em pesquisas e dos resultados obtidos por meio desses estudos é fundamental que dados sobre a confiabilidade e a validade sejam observados, assim como a maneira que esses aspectos foram abordados. Isso proporcionará subsídios para assegurar que os resultados decorrentes da investigação que utilizará determinados instrumentos de medida sejam válidos e confiáveis (Souza et al., 2017).

A necessidade de construção de um novo instrumento para mensurar agência se dá pelo fato de que, com base no estudo 2, não foram identificadas escalas em português que mensuram a agência pessoal que apresentem as propriedades psicométricas do instrumento. Além disso, dentre as escalas analisadas, não se identificou um instrumento que incluía as principais dimensões inerentes à agência identificadas no estudo 1, que são a intencionalidade, a premeditação, a autorreatividade, a autorreflexão, a autoeficácia e a autorregulação ou o *locus* de controle interno. A partir disso, o objetivo dessa pesquisa foi construir e buscar evidências de validade de conteúdo e evidências iniciais de validade de estrutura interna e precisão de um instrumento para a mensuração da agência pessoal em trabalhadores.

4.2 Método

A disponibilização de instrumentos de medida qualificados para a mensuração dos fenômenos psicológicos é fundamental para uma maior segurança no direcionamento de investigações clínicas, que poderão contar com novos recursos metodológicos para esse processo. Tendo isso em vista, a etapa do estudo de construção do instrumento possui uma natureza aplicada e de caráter exploratório, especialmente por se tratar do desenvolvimento de um instrumento de pesquisa que pode ser utilizado em estudos posteriores. A etapa empírica da pesquisa caracteriza-se pela abordagem quantitativa, caráter descritivo e exploratório e de natureza aplicada. O caráter descritivo e exploratório se dá por se tratar do desenvolvimento e aperfeiçoamento de um instrumento psicométrico para a avaliação da agência pessoal, medida que é pouco estudada no contexto nacional e internacional, especialmente com a abordagem quantitativa (Gil, 2018; Sampieri & Mendoza, 2018).

Para a construção do instrumento seguiu-se as etapas propostas por Coluci et al. (2015). Na etapa I estabeleceu-se a estrutura conceitual, que engloba os estudos que visaram analisar teoricamente o construto. Tendo essa estrutura conceitual bem delimitada, a etapa II referiu-se à definição dos objetivos do instrumento e da população envolvida. A etapa III contemplou a construção dos itens e da escala de resposta. Para a construção dos itens foram seguidos os doze critérios recomendados por Pasquali (1999), que são: a) critério comportamental – o item deve se referir a um comportamento; b) critério de objetividade ou de desejabilidade ou preferência – observando se há resposta correta ou não; c) critério da simplicidade – o item deve se referir a apenas uma ideia; d) critério da clareza – linguagem fácil e acessível; e) critério da relevância – em que se inclui a pertinência, saturação, unidimensionalidade e correspondência; f) critério da precisão – o item deve ser definido e diferente dos demais; g) critério da variedade de linguagem e de respostas favoráveis e desfavoráveis; h) critério da modalidade – evitando o uso de expressões polarizadas e extremas; i) critério da tipicidade, ou seja, utilizar expressões que estão de acordo com o item a ser avaliado; j) critério da credibilidade – não apresentando o item de forma despropositada ou infantil (validade aparente); k) critério da amplitude – quanto a expressão desse atributo; e l) critério do equilíbrio – com itens remetendo a traços fracos, moderados ou extremos.

Em sequência, a etapa IV visou a seleção e organização dos itens. Nesse momento foram verificadas as evidências de validade de conteúdo do instrumento. Para isso, Coluci et al. (2015) já sugeriam a análise por um comitê de especialistas contendo entre 5 e 10 juízes, realização de procedimentos quantitativos (taxa de concordância, IVC) e de procedimentos qualitativos

(entrevistas ou discussões, por exemplo). Nesse estudo, a etapa de busca pela validade baseada no conteúdo seguiu os seguintes procedimentos: 1) comitê de especialistas composto por mestres, doutoras e doutorandas que trabalhavam com psicometria ou que tivessem experiência em construção de instrumentos psicométricos e; 2) análise quantitativa da taxa de concordância (IVC). Para a consulta com o comitê de especialistas, utilizou-se o modelo de instruções para a primeira análise da validade de conteúdo proposto por Coluci et al. (2015).

A análise do grau de concordância dos juízes proporciona a classificação e escolha dos itens do questionário por meio de um método objetivo (Fonseca et al., 2007). Ao considerar que houve a participação de múltiplos avaliadores nesta etapa, a análise de concordância foi verificada com uso do coeficiente Kappa proposto por Fleiss (1971), em que a classificação para interpretação dos resultados considerada está exposta na Tabela 8.

Tabela 8

Valores do Coeficiente de Kappa Fleiss e respectivas classificações

Valores do Coeficiente de Kappa Fleiss	Classificação
$k \leq 0$	Nenhuma concordância
$0 < k \leq .19$	Concordância fraca
$.2 \leq k \leq .39$	Concordância leve
$.4 \leq k \leq .59$	Concordância moderada
$.6 \leq k \leq .79$	Concordância substancial
$.8 \leq k \leq .99$	Concordância quase perfeita
$k = 1$	Concordância perfeita

Fonte: Landis e Koch (1977).

Quanto mais próximo de 1, o coeficiente aponta maior grau de concordância entre os juízes a respeito de um item e quanto mais próximo de zero há maior chance dessa concordância se dar de modo aleatório (Landis & Koch, 1977). Pasquali (1999) recomendou que devem ser excluídos os itens com concordância inferior a 80% a partir da análise dos diferentes juízes. Ao considerar o desafio em termos conceituais para a delimitação da dimensionalidade do construto e caráter inovador do instrumento, optou-se por uma escolha mais conservadora, com a manutenção dos itens com taxa de concordância acima de 50%, considerada um valor de coeficiente moderado (Landis & Koch, 1977).

Com a finalização da análise dos juízes, a etapa V destinou-se à estruturação do instrumento, em que foram incluídos o título, as instruções, os escores, os critérios, os domínios e o formato geral da ferramenta. Por fim, na etapa VI – o pré-teste – a orientação é que se utilize

uma amostra entre 30 e 40 participantes, com entrevista posterior e modificações pertinentes e necessárias conforme a indicação dos respondentes do instrumento. No caso de haver alterações substanciais decorrentes dessa última etapa, o instrumento poderá ser submetido novamente ao comitê de especialistas, retomando o processo a partir dessa etapa (Coluci et al., 2015). Ao final desse processo de verificação de evidências de validade semântica e de conteúdo, o instrumento foi denominado de Escala de Agência Pessoal, para facilitar a sua identificação nos procedimentos estatísticos e psicométricos.

A Escala de Agência Pessoal foi testada empiricamente para a verificação de evidências iniciais de validade de estrutura interna e de precisão. Para tanto, a pesquisa se direcionou para trabalhadores em geral, embora também tenham sido coletados dados de estudantes, donas de casa, aposentados e pessoas que estão em situação de desemprego ou em busca de emprego. Os critérios de inclusão foram: a) ser brasileiro; b) ter mais de 18 anos; c) exercer uma atividade considerada como um trabalho ou estar em busca de trabalho. A pesquisa foi caracterizada como uma *survey*, de corte transversal (Sampieri & Mendoza, 2018), com base em uma técnica de amostragem não probabilística.

Foi realizado um cálculo amostral para se obter critério objetivo de coleta de dados, com base nas orientações de Hair Jr. et al. (2009), que apontam que a proporção mínima é de cinco vezes mais participantes do que o número de variáveis da pesquisa. Como a Escala de Agência Pessoal continha 75 itens (Apêndice D), o tamanho amostral mínimo utilizado foi de 375 participantes. Ao final da pesquisa, obteve-se uma amostra total de 505 participantes, acima da proporção prevista.

Agregado aos itens da Escala de Agência Pessoal, foram coletados os dados pessoais e ocupacionais dos participantes: idade, sexo, escolaridade, estado civil, renda individual, vínculo empregatício, profissão/ocupação e segmento ocupacional. Contou-se com 75 itens a serem respondidos a partir de uma escala de respostas de tipo *Likert* de cinco pontos: “1 - Não me descreve de modo nenhum” a “5 - Me descreve totalmente”. Nas instruções, afirmou-se que não existem respostas certas ou erradas para o instrumento, sendo a sinceridade das respostas um fator importante.

Para a coleta de dados utilizou-se a estratégia de divulgação da pesquisa de modo *online* – por meio de um questionário do Google Forms – e de modo físico, com os questionários impressos. O método bola de neve foi utilizado para busca por participantes da pesquisa, que precisavam ler, concordar com sua participação voluntária na pesquisa e assinar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice C). No caso da coleta de dados de modo *online*,

os participantes precisavam assinalar que concordavam com a participação e consentir para o seguimento da pesquisa.

A organização e tabulação das respostas coletadas foi realizada no Microsoft Excel, em que os casos de *missing* foram resolvidos, substituindo-se os dados omitidos pelo valor da média do fator, com base nas respostas dos participantes. Nas situações de questionários com muitos itens incompletos ou não preenchidos – casos que ocorreram apenas na coleta de dados de modo físico – as respostas foram desconsideradas. Para a análise descritiva, de correlação e fatoriais dos dados utilizou-se o *software* estatístico JASP, na versão 0.17.1. O tratamento dos dados foi realizado por meio de Análise Fatorial Exploratória (AFE) e da Teoria de Resposta ao Item (TRI).

Uma vez verificadas a fatorabilidade dos dados, a AFE foi utilizada para , do permitindo uma estimativa robusta dos fatores, mesmo em condições não ideais dos dados.

A Teoria de Resposta ao Item (TRI) foi empregada para a análise dos parâmetros individuais dos itens presentes na Escala de Agência Pessoal, utilizando o pacote *mirt* do pacote R (Chalmers, 2012). Foi utilizado o modelo de resposta gradual de Samejima (Almeida, 2015), com base em dois parâmetros, que assumiram que as categorias de resposta (alternativas do item) podem ser ordenadas entre si - categorias mais baixas contribuem menos para o escore geral do indivíduo e categorias mais altas contribuem mais. Os parâmetros individuais dos itens investigados foram os de discriminação (a) e de dificuldade (b): o primeiro, busca identificar a capacidade do item em diferenciar respondentes com diferentes níveis de traço latente, os níveis de discriminação variam entre muito baixa (.01 a .34), baixa (.35 a .64), moderada (.65 a 1.34), alta (1.35 a 1.69) e muito alta (acima de 1.7) (Pasquali, 2020). Já o parâmetro dificuldade é a probabilidade de 50% de um indivíduo responder àquela categoria (alternativa da questão) e suas faixas se dividem em muito fácil (menor que -1,28), fácil (-1.28 a -.53), moderada (-.53 a .52), difícil (.53 a 1.28) e muito difícil (maior que 1.28) (Pasquali, 2020).

A pesquisa está de acordo com as diretrizes da Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012 (Brasil, 2012) e da Resolução nº 510, de 07 de abril de 2016, do Conselho Nacional de Saúde (Brasil, 2016). Os participantes consentiram com a participação na pesquisa a partir da leitura e concordância com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE; Apêndice C). O projeto da pesquisa foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal de Santa Catarina (CEPSH-UFSC).

4.3 Resultados

O estabelecimento da estrutura conceitual referente a Etapa I proposta por Coluci, et al. (2015) englobou os estudos que visam analisar teoricamente o construto, o que foi realizado no estudo 1 - que visou discutir as perspectivas teóricas dos estudos sobre agência - e no estudo 2 - que teve como objetivo analisar as propriedades psicométricas de instrumentos de mensuração de *agency*. Com base nessas pesquisas, na etapa II definiu-se que os trabalhadores e as pessoas que buscam trabalho são a população alvo da pesquisa, independentemente da função que executam e do nível de escolaridade.

Desse modo, refere-se a uma tarefa específica, estabelecida por uma organização de trabalho, a qual o trabalhador precisa identificar soluções em direção a um objetivo (Saint-Jean & Therriault, 2007). Logo, podem ser incluídos no grupo aposentados, trabalhadoras domésticas, estudantes, pessoas que realizam trabalho voluntário e, ainda, pessoas em situação de desemprego que estão em busca de colocação no mercado de trabalho. Pessoas com tais características devem ser incluídas na pesquisa empírica para verificação dos resultados obtidos e para fins de comparação dos dados.

A etapa III diz respeito à construção dos itens e da escala de resposta. Optou-se por utilizar uma escala do tipo *likert* de cinco pontos, com instruções numéricas e verbais (Coluci et al., 2015). A construção dos itens foi executada a partir do modelo teórico proposto no estudo 1 e dos métodos e instrumentos para mensuração da agência pessoal identificados no estudo 2. A partir dessas orientações, elaboraram-se 160 itens para a versão inicial do instrumento. Por meio do estudo 1 se identificou a dimensionalidade inerente ao construto de *agency*, que é composto pelas dimensões: intencionalidade, premeditação, autoeficácia, autorreatividade, controle interno (ou *locus* de controle interno) e autorreflexão, conforme definição conceitual elucidada na Tabela 9.

Tabela 9

Dimensões de agency e definições conceituais

Dimensão	Definição conceitual
Intencionalidade	Bandura (2001, p. 6) já afirmava que a “agência se refere a atos feitos intencionalmente”, ou seja, que envolvem a intenção de executar determinadas ações e não acontecem por acaso. Trata-se da representação de um curso de ações que se tem a intenção de colocar em

	prática para alcançar uma finalidade, não no sentido de prever os acontecimentos, mas em assumir um compromisso para a concretização desse objetivo e, por isso, se relaciona com a automotivação e autoinfluência (Bandura, 2001, 2006). Não tem enfoque em atividades específicas, mas na intenção de realização de um objetivo maior, visto que intenções e ações são elementos distintos para o funcionamento da agência e separados no tempo (Bandura, 2001). Logo, a intencionalidade centra-se no plano das ideias, dos propósitos e tem orientação para o futuro, sem antecipação de detalhes e especificidades que envolvem colocar esses planos em prática. A partir disso, é possível inferir que a intencionalidade precede a premeditação.
Premeditação	Representação cognitiva no presente dos eventos futuros que favorece a motivação e a regulação do comportamento a fim de concretizar esse evento planejado. Se refere ao autodirecionamento prévio do comportamento pretendendo a modificação do presente tendo em vista o futuro, o que contribui para a escolha de comportamentos que favorecem a obtenção de resultados positivos (Bandura, 2001, 2006). Visa o foco na representação no presente de atividades específicas que acontecerão no futuro. Nesse processo, as pessoas criam planos de ação, especificam seus objetivos, prevendo e antecipando os possíveis resultados decorrentes de suas decisões e comportamentos e, assim, os resultados. Premeditações a longo prazo fornecem direcionamento, coerência e sentido para a própria vida (Bandura, 2018).
Autorreatividade	Tendência a expressão de reações comportamentais necessárias perante situações específicas, direcionada ao desempenho necessário para o alcance dos objetivos antes determinados que norteiam o sujeito e servem como motivador para execução desses comportamentos, que tendem a ser baseados em padrões de valores pessoais e de conduta moral (Bandura, 2001, 2006). Essa reação comportamental tem foco na modificação do cenário no presente, no agora e se opõe à vivência de forma passiva frente às diferentes situações do dia a dia.
Autorreflexão	Autoavaliação ou autojulgamento das decisões e comportamentos para adequação e concordância aos valores pessoais, conferindo sentido à agência moral (Bandura, 2001, 2006). Capacidade reflexiva a respeito das decisões para adequação aos valores morais pessoais. A partir disso, os sujeitos agentes são auto-examinadores do próprio funcionamento, fazendo considerações sobre a congruência de seus pensamentos e ações e sobre os sentidos e significados das decisões e atitudes tomadas com bases morais. Por meio da autorreflexão são considerados os resultados dos diferentes cursos de ação, juntamente com os valores envolvidos em cada um (Bandura, 2018).
Autoeficácia	Percepção sobre a própria capacidade de realizar uma tarefa ou função, que impacta na motivação e confiança para realização da ação, especialmente em tarefas desafiadoras (Bandura, 1989). Crença na própria eficácia ao desempenhar o que se propõe, que tem impactos significativos na motivação e aspiração dos indivíduos, pois se não se acredita ser capaz de realizar algo, há pouco incentivo em perseverar nessa escolha diante das

	adversidades. A autoeficácia auxilia no funcionamento das outras dimensões da agência pessoal e fortalece o compromisso com os objetivos (Bandura, 2015).
Controle interno	Crença de que um evento depende do próprio comportamento e de que a modificação do cenário está sob o controle do próprio indivíduo (Rotter, 1966). Além de planejar e prever, os agentes gerenciam seu próprio comportamento, de modo a adotar um padrão que seja possível avaliar o desempenho (Bandura, 1991, 2018). Desse modo, o <i>locus</i> de controle interno tem enfoque no comportamento de realização e se refere ao modo de controle do indivíduo em diferentes domínios (Bandura, 2018).

Fonte: elaborado pela autora com base em Bandura (1991, 2001, 2006, 2015, 2018) e Rotter (1966).

De posse dos itens e das definições conceituais, iniciou-se a Etapa IV, que visou selecionar e organizar os itens, que foram aperfeiçoados quanto à sua apresentação e redação. Para a verificação das evidências de validade de conteúdo do instrumento, a primeira etapa foi a consulta ao comitê de especialistas. O ideal seria que os juízes tivessem domínio conceitual sobre o construto e sobre construção de instrumentos psicométricos. No entanto, devido ao tema da pesquisa ser pouco investigado no contexto brasileiro, especialmente com métodos quantitativos, não foi possível atender ao primeiro critério. Desse modo, priorizou-se pesquisadores com experiência e familiaridade com psicometria ou com a construção de instrumentos psicométricos. Obteve-se a avaliação de 14 juízes que analisaram os itens em relação à dimensionalidade a que pertenciam, juntamente com observações e sugestões para aperfeiçoamento dos itens. A análise do grau de concordância dos juízes foi verificada utilizando-se o coeficiente Kappa proposto por Fleiss (1971), em que os resultados obtidos estão sintetizados na Tabela 10.

Tabela 10

Valores do Coeficiente de Kappa Fleiss, quantidade de itens com valores do coeficiente nesse intervalo e respectivas classificações

Valores do Coeficiente de Kappa Fleiss	Quantidade de itens com valores do coeficiente nesse intervalo	Classificação
--	--	---------------

$k \leq 0$	2	Nenhuma concordância
$0 < k \leq .19$	11	Concordância fraca
$.2 \leq k \leq .39$	29	Concordância leve
$.4 \leq k \leq .49$	11	Concordância moderada
$.5 \leq k \leq .59$	34	Concordância moderada
$.6 \leq k \leq .79$	42	Concordância substancial
$.8 \leq k \leq .99$	22	Concordância quase perfeita
$k = 1$	9	Concordância perfeita

Fonte: dados da pesquisa (2022) e Landis e Koch (1977).

Durante esse processo, dos 53 itens que não apresentaram os valores do coeficiente de Kappa Fleiss acima de .5, 17 foram revisados e realocados em outras dimensões, em que foi possível obter valores aceitáveis. Os 36 restantes foram excluídos do instrumento. Desse modo, 124 itens foram apontados a partir da avaliação dos juízes e da verificação do coeficiente de Kappa Fleiss. Os materiais decorrentes do preenchimento do formulário pelos juízes também foram analisados qualitativamente, em que as sugestões possibilitaram a revisão dos itens e realização das alterações necessárias.

Após as análises quantitativas e qualitativas decorrentes do comitê de especialistas e as respectivas modificações recomendadas, na etapa V estruturou-se o instrumento, com inclusão do título, instruções de preenchimento e modo de apresentação dos escores. Desse modo, obteve-se o formato final da ferramenta para aplicação do pré-teste, que se refere à etapa VI. Em um primeiro momento, os itens que não atingiram o coeficiente Kappa Fleiss em nível aceitável não foram excluídos. Em paralelo à avaliação dos juízes, realizou-se uma primeira versão do pré-teste com 21 participantes para verificação das impressões dos participantes durante o preenchimento do questionário e quais eram as principais dúvidas.

Realizadas as modificações necessárias, iniciou-se a etapa de pré-teste, em que o instrumento foi aplicado em 54 participantes. A amostra utilizada excedeu as orientações de Coluci et al. (2015), que recomendam a participação de 30 a 40 respondentes nesse processo. No entanto, devido à complexidade e dificuldade da captura da manifestação do fenômeno, observou-se a necessidade de ampliação da amostra no pré-teste.

As escalas elencadas para averiguação das evidências de validade de construtos relacionados e o questionário de dados sociodemográficos também foram utilizados no pré-teste, a fim de se obter indícios quanto à adequação da extensão do material completo. Solicitou-se que os participantes respondessem ao questionário, pontuando dúvidas quanto ao

preenchimento, compreensão dos itens, necessidade de adequação dos termos utilizados nos itens, compreensão geral do instrumento e sugestões de modificação. Ao final, foi solicitado um *feedback* para os participantes sobre o todo processo de participação na pesquisa.

Dentre as observações feitas pelos participantes ressalta-se que a extensão do questionário total de 167 itens (incluindo o instrumento de *agency*, de autoeficácia, de desesperança e os dados sociodemográficos e profissionais) foi um aspecto criticado pelos participantes, pois tornou-se cansativo responder ao material. Outra crítica se referiu às palavras de difícil compreensão e itens repetitivos, com propostas muito semelhantes ou pouca percepção de diferença da ideia central do questionamento. Foi sugerida a alteração de palavras nas escalas utilizadas para a validação de construto e inclusão de outros questionamentos e opções de resposta no questionário sociodemográfico. Foi solicitada a modificação das instruções de preenchimento, especialmente para os casos em que houve a marcação errada de uma resposta nos formulários físicos, o que não acontece na aplicação *online*. Os participantes anotaram suas sugestões para alteração de termos e itens. Todos os apontamentos foram analisados e em decorrência desse processo de validação semântica, houve a exclusão de 9 itens, inclusão de 5 novos itens e modificação de termos em diversos itens.

A partir desse delineamento e passos realizados, o instrumento foi aplicado em 506 participantes por meio de coleta de dados presencial e *online*. Durante esse processo, alguns participantes faziam apontamentos ou comentários sobre o instrumento, remetendo que ainda havia fragilidades no questionário. Ao longo da aplicação do instrumento, realizou-se o acompanhamento dos resultados obtidos. Nos casos em que os itens não alcançaram uma variabilidade mínima e já haviam recebido indicação negativa por meio da análise do coeficiente de Kappa Fleiss, esses itens eram retirados do instrumento. A versão final do instrumento contemplou 116 itens.

Os indícios de problemas com o instrumento foram confirmados com a realização da análise dos dados, já que os resultados não atenderam aos critérios mínimos necessários para a validação da estrutura interna e não estavam minimamente ajustados. As respostas dos participantes não apresentavam uma variabilidade aceitável, com parte substancial apontando como resposta 4 ou 5 (ou o extremo oposto, em caso de itens com carga negativa). Desse modo, os itens não possibilitavam a discriminação das características investigadas nos diferentes participantes, o que remete a fragilidades importantes na construção dos itens. Isso fez com que, mesmo com a coleta realizada com 506 casos, houvesse a necessidade de retomar a busca por evidências de validade de conteúdo. Os avanços obtidos no primeiro processo de validação de conteúdo foram considerados e utilizados como norteador das mudanças requeridas,

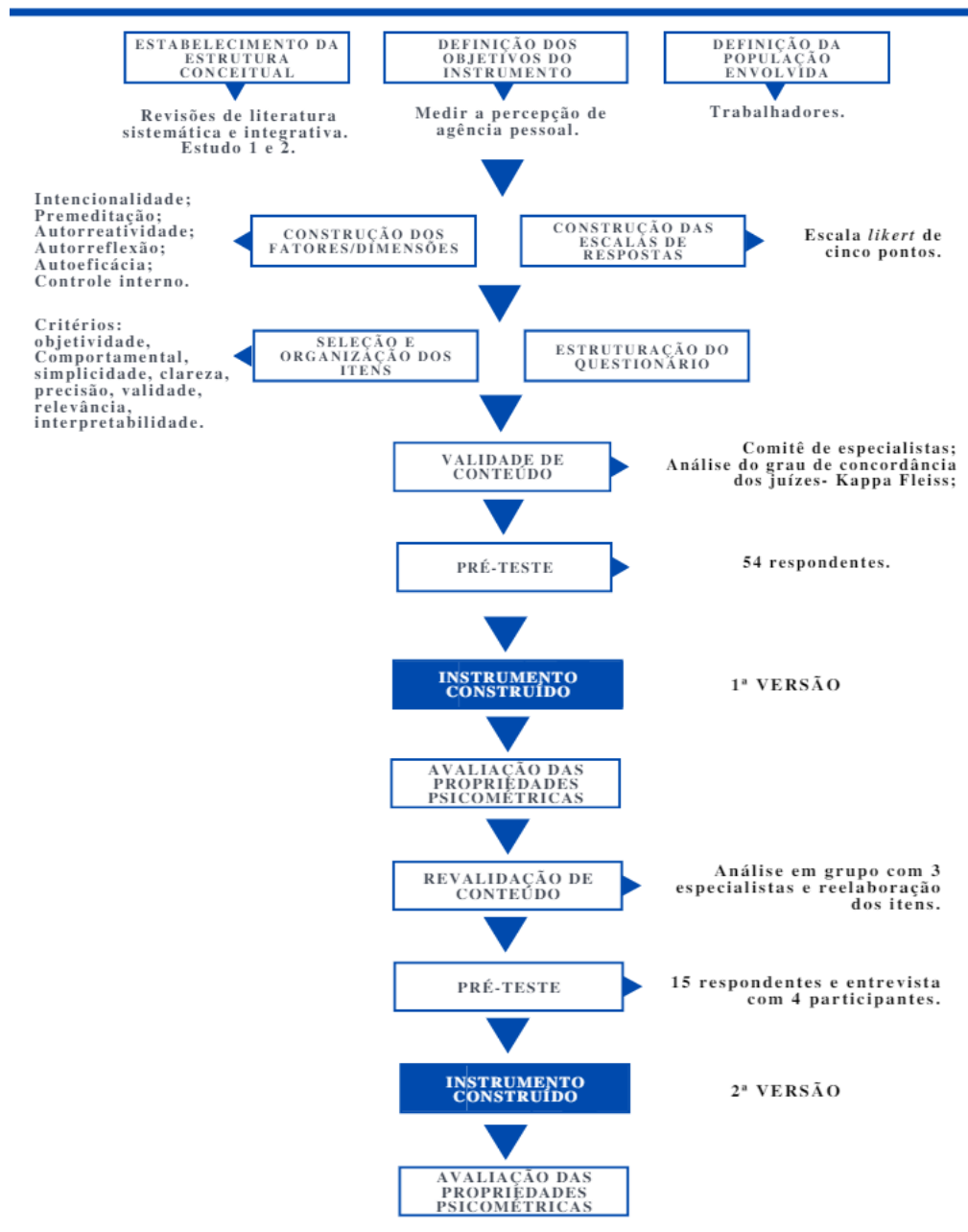
especialmente considerando os comentários dos participantes e os dados estatísticos de cada item.

Desse modo, foi realizada novamente uma análise por um comitê de especialistas, mas na modalidade de grupo focal. Participaram desse grupo a pesquisadora principal do instrumento, o professor orientador e um doutorando que acompanhou de modo mais próximo os resultados estatísticos e a construção dos itens, o qual possuía conhecimento teórico acerca do construto. A pertinência e redação dos itens foi revisada de modo individual, restando 82 itens. Durante esse processo, houve a exclusão, modificação e criação de novos itens, em que foi considerada a extensão do instrumento total.

Essa versão do questionário com 82 itens passou por um pré-teste com 15 participantes, em que a variabilidade das respostas foi considerada ao se fazer uma última discussão sobre os itens a serem mantidos. Desse modo, a versão final do instrumento passou a contar com 75 itens, subdivididos nas seis dimensões estabelecidas. Para a análise semântica, essa versão do instrumento passou por um novo processo de pré-teste, em que se realizou a aplicação do questionário com entrevista a quatro participantes que possuíam grau de escolaridade até o ensino fundamental. Considerou-se suas sugestões para a revisão da redação final dos itens, que culminou na versão final do instrumento que foi utilizado na nova etapa empírica (Apêndice D), juntamente com o questionário sobre os dados pessoais e ocupacionais, Nova Escala Geral de Autoeficácia e a Escala Beck de Desesperança. As etapas realizadas para construção e busca por evidências de validade de conteúdo do instrumento para mensuração da percepção de agência pessoal em trabalhadores estão ilustradas na Figura 7.

Figura 7

Delineamento para construção do instrumento para mensuração da percepção de agência pessoal



Fonte: elaborado pela autora com base em Coluci, Alexandre e Milani (2015).

Após todo esse processo e revisão do material final iniciou-se a nova coleta de dados com a versão final do instrumento. Nesse processo, os dados pessoais dos participantes estão descritos na Tabela 11 por meio da distribuição da frequência das características da amostra.

Tabela 11

Características da amostra

Variáveis	Categorias	Participantes (N=505)	Porcentagem (100%)
Sexo	Feminino	308	61%
	Masculino	197	39%
Faixa etária	Entre 18 e 29 anos	190	37.6%
	Entre 30 e 39 anos	129	25.5%
	Entre 40 e 49 anos	85	16.8%
	Entre 50 e 59 anos	71	14.1%
	Mais de 60 anos	30	5.9%
Estado Civil	Solteiro(a)	246	48.7%
	Casado(a) ou em união estável	222	44%
	Viúvo(a)	5	1%
	Separado(a) ou divorciado(a)	29	5.7%
	Não informado	3	.6%
Escolaridade	Ensino fundamental incompleto	7	1.4%
	Ensino fundamental completo	35	6.9%
	Ensino médio completo	218	43.2%
	Ensino superior completo	245	48.5%
Renda Individual	Até 1 salário mínimo	77	15.2%
	Mais de 1 até 3 salários mínimos	244	48.3%
	Mais de 3 até 6 salários mínimos	104	20.6%
	Mais de 6 até 10 salários mínimos	44	8.7%
	Mais de 10 até 15 salários mínimos	18	3.6%
	Mais de 15 salários mínimos	12	2.4%
	Não informado	6	1.2%
	Jovem aprendiz, estagiário ou bolsista	53	10.5%
Vínculo Empregatício	Trabalhador CLT	176	34.9%
	Profissional autônomo	90	17.8%
	Servidor público	119	23.6%
	Empreendedor ou microempreendedor individual	38	7.5%
	Outro	29	5.7%
	Saúde	119	23.6%
Segmento Ocupacional	Comunicação	17	3.4%
	Tecnologia	19	3.8%
	Construção civil	13	2.6%
	Militar, servidor público	23	4.6%
	Comércio	52	10.3%
	Educação	82	16.2%
	Prestação de serviços	110	21.8%
	Agronegócio	36	7.1%
	Indústria	9	1.8%
	Religião	18	3.6%
	Não informado	7	1.4%

Fonte: dados da pesquisa (2022).

Os dados indicam que a maior parte da amostra é composta por pessoas do sexo feminino (61%), que possuem entre 18 e 29 anos (37.6%) e são solteiros (48.7%). Os

participantes com ensino superior completo correspondem a 48.5% da amostra e 48.3% têm como renda individual mais de 1 até 3 salários mínimos. Em relação aos dados profissionais, o vínculo empregatício da maior parte da amostra corresponde aos trabalhadores CLT (Consolidação das Leis do Trabalho) (34.9%) e o segmento ocupacional predominante é a área da saúde (23.6%).

5.3.1 Análise Fatorial Exploratória

A AFE executada possibilitou identificar uma estrutura fatorial em seis fatores da Escala de Agência Pessoal (75 itens), com base nos melhores ajustes. As cargas estandarizadas com base na matriz de correlação, estão dispostas na Tabela 12, em que se utilizou .3 como ponto de corte.

Tabela 12

Resultados da análise fatorial exploratória da Escala de Agência Pessoal (75 itens)

Itens	F2	F1	F3	F4	F6	F5	h2	u2	com
22_efic	.31	.35					.425	.57	3.2
24_efic	.31			.38			.303	.7	2
42_reat_	.35	.37					.384	.62	2.4
56_refl_n_	.35						.279	.72	2.3
31_refl_n_	.36			.31			.336	.66	2.5
38_reat_n_	.36						.258	.74	2.6
36_efic	.37			.38			.394	.61	2.7
66_reat_n_	.41						.325	.67	1.8
44_efic	.42			.3			.347	.65	2.1
65_refl_n_	.43						.335	.66	1.7
7_reat	.44	.31					.396	.6	2.5
57_refl_n_	.44						.242	.76	2
28_reat_n_	.45			.31			.429	.57	2
34_reat_n_	.45						.453	.55	2.1
40_refl_n_	.51						.433	.57	1.6
41_reat_n_	.51						.439	.56	1.7
50_refl_n_	.53						.389	.61	1.3
58_refl_n_	.6						.485	.52	1.4
48_efic_	.62						.415	.59	1.3
52_refl_n_	.66						.422	.58	1.2
74_reat_n_	.66						.534	.47	1.1
53_efic_n_	.73						.49	.51	1.2
30_cont_		.3	.32				.435	.57	3.2
17_reat_		.31					.414	.59	3.4

19_efic	.31			.228	.77	3.1	
43_prem_	.32	.49		.567	.43	2.1	
14_refl	.35			.314	.69	2.6	
6_refl	.35			.332	.67	2.6	
5_reat_	.38			.259	.74	2	
59_int_	-.38			.257	.74	1.4	
2_efic_	.39			.347	.65	2.1	
15_int	.4			.279	.72	2.1	
1_efic	.42			.336	.66	1.8	
23_prem_	.44			.431	.57	1.9	
70_cont_	.46			.268	.73	1.1	
21_reat_	.47			.445	.55	2.4	
54_cont_	.51			.408	.59	1.8	
67_efic_	.53			.416	.58	1.2	
68_cont	.54			.404	.6	1.4	
73_cont	.57			.475	.53	1.4	
49_cont_	.58			.422	.58	1.5	
3_cont_	.6			.449	.55	1.2	
4_cont_	.61			.428	.57	1.2	
62_int_		.35		.359	.64	3	
8_prem_n_		.47		.33	.67	2.3	
69_int_		.57		.509	.49	1.9	
16_prem_		.6		.36	.64	1.1	
29_prem_		.62		.397	.6	1.2	
61_reat_		.66		.476	.52	1.1	
55_prem_		.67		.44	.56	1.2	
71_prem_		.71		.586	.41	1.1	
60_prem		.77		.637	.36	1	
32_reat_n_			.33	.299	.7	3	
45_int_n_			.38	.351	.65	2.9	
12_cont_n_			.39	.236	.76	1.9	
13_reat_n_			.42	.221	.78	1.9	
26_int_n			.63	.476	.52	1.1	
25_int_n_			.67	.44	.56	1.1	
27_reat_			.3	.23	.77	2.7	
39_reat_			.43	.319	.68	1.7	
18_reat_			.49	.391	.61	1.7	
33_efic			.58	.463	.54	1.3	
35_cont_			.58	.437	.56	1.2	
37_cont_				.33	.154	.85	1.4
9_reat_				.33	.314	.69	2.5
20_refl_				.36	.196	.8	1.9
75_reat_				.45	.236	.76	1.2
10_refl_				.48	.266	.73	1.5
47_refl				.51	.306	.69	1.8
11_cont_					.219	.78	3

46_reat_	.103	.9	2.8
51_reat_n_	.175	.83	4.1
63_cont_n_	.206	.79	3.1
64_refl_	.269	.73	4.9
72_reat_	.051	.95	2.5

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Com base na AFE dados, seis itens não apresentaram carga fatorial mínima (.3) em nenhum dos fatores e dez itens apresentam cargas fatoriais compartilhadas em mais de um fator. Desse modo, para melhor apreciação dos itens com melhor poder de discriminação, realizou-se a análise com base na Teoria de Resposta ao Item (TRI), em que os resultados estão dispostos na Tabela 13.

Tabela 13

Resultados da análise da TRI para a Escala de Agência Pessoal (75 itens)

Itens	a	b1	b2	b3	b4
1_efic	-1.364	.937	-.766	-1.836	-2.73
10_refl_	1.18	-3.618	-2.329	-.882	.565
11_cont_	.75	-7.16	-4.442	-1.595	1.077
12_cont_n_	.752	-4183	-2720	-.653	1320
13_reat_n_	1.63	-3.362	-1.994	-.608	1.106
14_refl	1.234	-3.135	-1.771	-.368	1.36
15_int	.92	-4.497	-2.569	-.903	.869
16_prem_	1.37	-4.121	-3.250	-1.386	.622
17_reat_	1.665	-2.778	-1.891	-.662	.929
18_reat_	1.677	-2.73	-1.934	-.538	.939
19_efic	1.059	-3.409	-1.882	-.436	1.329
2_efic_	1.016	-4.249	-2.762	-.895	.917
20_refl_	1.240	-4.412	-3.189	-1563	.046
21_reat_	1.747	-3.368	-2.193	-.503	1.114
22_efic	1.064	-6.28	-3.984	-2.518	-.359
23_prem_	1.405	-3.038	-1.803	-.49	1.184
24_efic	1.068	-2.532	-1.203	.236	1.79
25_int_n_	.949	-2.756	-1.694	-.155	1.416
26_int_n	.958	-6.904	-4.451	-2.205	-.052
27_reat_	1.751	-3.921	-2.661	-1112	.594
28_reat_n_	2.044	-2.534	-1.901	-.963	.43
29_prem_	1.411	-3.514	-1.900	-.366	1.116
3_cont_	.722	-2.286	-.724	.979	2827
30_cont_	.766	-7.54	-5.401	-2.125	-.157
31_refl_n_	1.251	-4.373	-3.675	-1.867	.057
32_reat_n_	-.07	27.187	8.302	-16105	-36.643

33_efic	1.09	-2.898	-1.613	-.061	1.425
34_reat_n	.095	-32.492	-18.919	-1.035	12440
35_cont	.804	-3.203	-2.004	-.51	.981
36_efic	1.098	-2.903	-1.604	-.251	1.114
37_cont	.807	-2.875	-1.978	-.432	1.252
38_reat_n	.202	-12.501	-7.325	-.899	4.746
39_reat	.281	-7.354	-5.182	-1.357	3.341
4_cont	.73	-2.667	-1.162	1.583	3.731
40_refl_n	1.251	-3.802	-3.084	-1.553	.168
41_reat_n	.343	-5.736	-3.233	.826	5013
42_reat	.381	-7.505	-4.491	-1.307	3054
43_prem	1.418	-2.766	-1.815	-.368	1091
44_efic	1.108	-5.079	-4.063	-2.239	-.441
45_int_n	.964	-4.449	-2.946	-.835	.942
46_reat	.53	-3.946	-2.388	.118	3.961
47_refl	1.256	-2.387	-1.278	-.306	1.105
48_efic	1.115	-3.129	-1.995	-.246	1.797
49_cont	.808	-4.284	-2.905	-1.525	.022
5_reat	1.466	-3.142	-2.533	-1.698	-.54
50_refl_n	1.258	-3.431	-2.242	-.965	.68
51_reat_n	.552	-4.502	-2.464	-.312	2.215
52_refl_n	1.261	-2.833	-2.033	-1.204	.143
53_efic_n	1.139	-2.78	-1.4	-.171	1.286
54_cont	.81	-3.034	-1.633	-.249	1.242
55_prem	1.427	-2.823	-1.871	-.68	.789
56_refl_n	1.276	-4.038	-3.049	-1.076	.821
57_refl_n	1.289	-3.183	-1.987	-.617	.957
58_refl_n	1.343	-2.228	-1.362	-.333	.933
59_int	.972	-5.117	-4.193	-2.865	-.6
6_refl	1.178	-3.243	-2.243	-1.248	-.084
60_prem	1.430	-2.289	-1.38	-.245	1.007
61_reat	.607	-4.778	-3.074	-1.708	-.031
62_int	.976	-2.880	-1.835	-.485	.935
63_cont_n	.858	-4.328	-3.081	-1.498	.014
64_refl	1.356	-3.727	-3.231	-1.754	.038
65_refl_n	1.363	-2.849	-1.799	-.482	1.015
66_reat_n	.624	-5.643	-3.959	-1.569	.895
67_efic	1.175	-4.824	-3.09	-1.056	1.003
68_cont	.859	-2.978	-1.641	.413	2.808
69_int	.988	-5.281	-4.065	-2.446	-.132
7_reat	1.473	-4.122	-2.654	-1.252	.223
70_cont	.907	-3.727	-2.141	-.809	1.493
71_prem	1.437	-2.581	-1.67	-.587	.654
72_reat	.706	-4.843	-3.398	-1.165	1.719
73_cont	.916	-4.178	-2.465	-1.111	.457
74_reat_n	.715	-3.106	-1.562	.227	2.122
75_reat	.717	-4.507	-2.599	-1.144	.777
8_prem_n	1.365	-3.215	-2.216	-.381	1.424

9_reat_	1.563	-3.187	-2.409	-1.04	.892
---------	-------	--------	--------	-------	------

Fonte: dados da pesquisa (2023).

Os procedimentos realizados (AFE e TRI) sugerem que para obter a melhor a estrutura da fatorial da Escala de Agência Pessoal era necessária a eliminação de 30 itens, considerando os parâmetros do ponto de corte da carga fatorial, o valor dos parâmetros de discriminação (a), o comportamento dos itens em relação aos parâmetros de dificuldade (b), a consistência interna da escala e a interpretação teórica dos itens. Os dados encontrados reforçaram a necessidade de busca de evidências de validade por meio da Análise Fatorial Confirmatória (AFC), com base em pesquisa extensiva e complementar aos estudos até então realizados.

4.4 Discussão

A realização de estudos teóricos que precedem a construção do instrumento psicométrico, com qualidade e rigor metodológico, possibilita que as decisões conceituais acerca de um instrumento possam ser tomadas com maior segurança. Configuram-se como uma etapa essencial para o processo de construção do instrumento de medida. Os dois estudos realizados para contemplar essa etapa possibilitaram maior segurança acerca dos fatores do construto a serem mensurados, incluindo os comportamentos que podem ser observados. Alguns dos problemas identificados em outros instrumentos psicométricos em relação à proposta de mensuração de *agency* que foram mencionados no estudo 2 (Gai et al., 2023). Isso pode ser um reflexo das fragilidades e indefinições quanto aos fatores que compõem o construto, bem como os fenômenos observados referentes a cada um deles. Cabe salientar que nenhum dos instrumentos identificados no estudo 2 utiliza a dimensionalidade do instrumento construída por essa pesquisa.

Em relação ao processo de validação semântica e avaliação do coeficiente Kappa Fleis, observou-se que a escolha dos juízes participantes se deu pelo fato de terem conhecimento em construção de instrumentos psicométricos e/ou psicometria. No entanto, não possuíam conhecimento teórico acerca do construto investigado. É comum que as pesquisas sobre *agency* possuam uma abordagem qualitativa e contemplem diferentes conceitualizações e entendimentos. Logo, há escassez de pesquisadores com domínio sobre o assunto, que também apresenta indefinições e lacunas teóricas (Gai et al., 2022). Ao considerar os resultados positivos obtidos por meio da análise do coeficiente Kappa Fleis, contrastado com os resultados

insuficientes decorrentes da análise estatística dos dados empíricos, observa-se que a análise de conteúdo com o delineamento metodológico utilizado foi ineficiente.

Em casos de construção de instrumentos que se propõem a mensurar construtos difíceis de serem capturados ou que são estudados por poucos pesquisadores de modo quantitativo, algumas observações foram realizadas com base na pesquisa. Em se tratando da análise por juízes, o critério quantidade pode não ser o mais desejável, visto que parte importante desses juízes pode não ter o entendimento adequado sobre os conceitos e fatores envolvidos na escala de medida. A recomendação de Coluci et al. (2015) é de que o grupo seja composto por pelo menos cinco juízes que possuam conhecimento conceitual sobre o fenômeno a ser mensurado. No entanto, ao se considerar a possível inviabilidade de encontrar diversos juízes com esse aporte teórico, apenas a experiência em construção de instrumentos psicométricos demonstrou ser insuficiente. Esperava-se que a análise dos dados empíricos tivesse resultados alinhados com os valores do coeficiente de Kappa Fleis, o que não ocorreu.

Com as novas estratégias para a validação de conteúdo foi possível obter uma versão do instrumento com qualidade teórica e semântica. Os resultados dos dados empíricos demonstraram ser satisfatórios e estão descritos no estudo 4. Durante a aplicação do instrumento de modo presencial não foram observados comentários ou queixas de dificuldade com palavras ou a necessidade de explicação de algum item, o que acontecia com a primeira versão do instrumento. Desse modo, ainda que tenha sido inviabilizado o uso dos dados de uma parcela importante da amostra do estudo empírico, essa decisão foi fundamental para garantir a qualidade do instrumento produzido. Tal recomendação de reiniciar a validação de conteúdo caso sejam observados problemas com o instrumento já era apontada por Coluci et al. (2015).

A busca por evidências iniciais de validade do instrumento de agência pessoal foi realizada por meio da AFE em que foi observada a distribuição dos itens especialmente em seis eixos principais. Os fatores parecem se relacionar com a proposta inicial, em que as dimensionalidades são: intencionalidade, premeditação, autorreatividade, autorreflexão, *locus* de controle interno e autoeficácia. No entanto, ainda são observadas inconsistências nessa distribuição fatorial. Isso pode se dar em função do número amostral, mas também em função da complexidade do construto que o instrumento se propõe a medir, o que reforça a necessidade da realização de uma AFC.

Observou-se uma redução significativa do número de itens, o que era esperado já que a intenção inicial era de rastrear as melhores maneiras de capturar a informação desejada. Desse modo, a estrutura obtida por meio da AFE identificada é composta por seis dimensões de agência pessoal, o que deve ser corroborado por meio da AFC.

4.5 Considerações finais

Com o estabelecimento da estrutura conceitual e dimensional do fenômeno a ser investigado, foi possível criar o instrumento de medida de *agency*, que passou por diferentes etapas para obtenção de evidências de validade de conteúdo do instrumento. A primeira versão do instrumento apresentou diversos problemas na etapa de empiria, requerendo uma revisão de etapas da construção do instrumento. Dentre os principais problemas identificados estão a necessidade de escrita simples e objetiva, além de escolha do comitê de especialistas com domínio conceitual, ainda que seja formado um grupo pequeno de juízes.

A partir dos resultados obtidos pelo Kappa Fleis, selecionaram-se os itens a serem incluídos na escala a ser testada empiricamente. Com o fracasso dos resultados encontrados com o uso empírico da escala e a necessidade de recomeço do processo de validação de conteúdo, alguns pontos foram enfatizados como recomendações metodológicas em relação ao comitê de especialistas e validação semântica de instrumentos. Tais recomendações se destinam à construção de instrumentos de construtos de difícil mensuração, comuns na área da psicologia, já que a partir deles foi possível atingir o objetivo da pesquisa de construir e buscar evidências de validade de conteúdo de um instrumento para mensuração da percepção de agência pessoal em trabalhadores.

- Recomendação 1 – O material deve ser revisado pelos responsáveis da pesquisa na modalidade às cegas mais de uma vez e com espaçamento de tempo, tanto em relação à forma de escrita do item, mas também na identificação da dimensão da qual ele faz parte. Isso possibilitará que haja discussão quando houver discordância entre os pesquisadores, fazendo com que o material fique com maior alinhamento antes de passar pelo comitê de especialistas.
- Recomendação 2 – As avaliações por comitê de especialistas precisam ser realizadas por pesquisadores com domínio dos elementos teóricos e fatores do construto analisado, ainda que seja em um menor número ou que não possuam experiência em construção de instrumentos de medida. O grupo focal com até três pessoas demonstrou resultados eficientes, visto que há maior flexibilidade para discutir sobre os itens e palavras utilizadas. Mesmo que o processo seja feito em dupla, com o pesquisador e professor orientador, ainda pode apresentar um resultado eficaz.
- Recomendação 3 – Além do comitê de especialistas, antes do pré-teste é necessário que o instrumento passe por um grupo focal composto por pessoas de diferentes

escolaridades, incluindo participantes com ensino fundamental e ensino médio. Essa estratégia pode ser útil para a reescrita dos itens a partir de sua versão mais sintética e de mais fácil compreensão. Para instrumentos extensos, ainda é possível dividi-lo em partes e realizar a análise desses grupos de itens com diferentes grupos focais. Desse modo, é possível tornar o processo menos oneroso para os participantes, além de possibilitar que a atenção seja mantida até o final do grupo focal, sem que haja exaustão ou cansaço por parte do grupo. Um ponto que fez com que o instrumento continuasse com fragilidades importantes é que todos os juízes estavam em programas de pós-graduação. Com isso, não tiveram dificuldades na compreensão dos itens, fato que foi observado nas aplicações do pré-teste e causou demora para ter um alinhamento adequado, já que as observações dos participantes eram mencionadas aos poucos, com algumas limitações.

- Recomendação 4 – A fim de certificar-se que o instrumento possui fácil compreensão por pessoas de diferentes níveis de escolaridade, antes do pré-teste ainda é possível realizar entrevistas individuais com participantes da pesquisa. Nos casos em que há dúvida ou dificuldade na compreensão, deve-se estar atento a quais palavras e expressões são utilizadas na tentativa de explicar a que se refere o item. Possivelmente esse é um dos modos viáveis de simplificação da frase de um item, que pode ser modificado ou substituído por essa nova versão.
- Recomendação 5 – Deve-se interromper o pré-teste quando houver sinais de que o instrumento apresenta problema. Neste momento deve-se priorizar a revisão das etapas anteriores, com escuta atenta às percepções e opiniões dos participantes.
- Recomendação 6 – Recomeçar a construção e elaboração do material, mesmo que seja necessário voltar para etapas iniciais. Isso garantirá que o resultado do instrumento não apresente erros já identificados anteriormente.

A partir de tais recomendações, pode-se observar as limitações do estudo, que resultaram na necessidade de voltar à etapa inicial de construção dos itens. Após as correções, não se realizou um novo pré-teste com uma parcela maior de participantes, apenas foram realizadas entrevistas com os participantes já que naquele momento não se julgou necessário. No entanto, poderia ter sido utilizada essa estratégia como forma de assegurar que novos problemas com o instrumento não seriam encontrados.

Os resultados identificados possibilitaram atender ao objetivo inicial de buscar evidências iniciais de validade de estrutura interna e precisão de um instrumento para mensuração da agência pessoal em trabalhadores, visto que foram estabelecidas evidências de

validade de estrutura interna de modo preliminar. Cabe enfatizar que essa estrutura é uma versão inicial, que deve ser aprofundada com maior número amostral e maior variabilidade das características dos participantes a fim da obtenção de dados confirmatórios acerca da estrutura fatorial do instrumento de agência pessoal. Por isso é recomendada a realização da AFC para a identificação final da fatorialidade e estrutura do instrumento antes da continuidade do uso por outros pesquisadores.

Cabe enfatizar que esse é o primeiro instrumento em português que apresenta evidências de validade a partir de análises estatísticas a fim de avaliar a capacidade de agência pessoal, já que no estudo 2 não foram identificados outros instrumentos com essa característica no contexto brasileiro, tampouco em português. Isso remete a um avanço no que tange às ferramentas metodológicas a fim de aprofundar as pesquisas teóricas e empíricas sobre agência pessoal a partir da perspectiva banduriana. Além disso, o instrumento produzido é de fácil utilização e aplicabilidade em diversos contextos: educacional, laboral, planejamento de carreira, planejamento de aposentadoria, entre outros.

Como limitações da pesquisa, observa-se a dificuldade em se estabelecer um instrumento que viabilize a mensuração de um fenômeno tão complexo. Isso se reflete na preliminaridade dos dados obtidos, já que alterações na estrutura fatorial são esperadas a partir de dados confirmatórios. Além disso, cabe observar a baixa variabilidade das características dos participantes da pesquisa, o que pode acarretar influência nos achados, assim como o tipo de técnica de amostragem (não probabilística). As sugestões de estudos futuros se referem ao aprimoramento do instrumento e busca por evidências de validade mais consistentes para a obtenção de propriedades psicométricas mais robustas acerca do instrumento, identificando a capacidade da ferramenta em prever a tendência da apresentação dessa capacidade.

5 Estudo 4 - Proposição de Modelo Teórico e Estudo das Propriedades Psicométricas da Escala de Agência Pessoal

5.1 Introdução

A percepção acerca da agência pessoal contribui de modo significativo na regulação do comportamento, já que favorece a promoção e manutenção do funcionamento competente e exerce um papel significativo no desenvolvimento de competências ao longo da vida (Ford & Thompson, 1985). Desse modo, a agência pessoal se refere à capacidade de planejamento das ações em prol de comportamentos alinhados com tendências e preferências pessoais e significativas para o sujeito (Vallacher & Wegner, 1989). A agência humana pode ser estabelecida a partir do modelo conceitual de causação recíproca triádica, em que se considera que a agência pessoal e a estrutura social operam de modo interdependente. No entanto, cabe enfatizar que as ações autogeradas estão no cerne da relação de processos causais. Em certa medida, as pessoas são produtos de seus ambientes, mas ao atuar em seu meio, também são produtoras do contexto e situações. Desse modo, por meio da capacidade de agência pessoal é possível influenciar de modo significativo o curso dos eventos e da vida, tornando-a gerenciável (Bandura, 1986, 1989, 1997, 2001).

Ser agente implica na influência no próprio funcionamento, de modo a impactar nas circunstâncias de vida intencionalmente em diferentes aspectos, não sendo apenas conduzidas pelas diferentes ocasiões. Nesse processo, é necessário considerar a pluralidade dos possíveis fatores determinantes do comportamento humano, que garantem a complexidade da sua identificação. Por essa razão, as formulações teóricas e seus aperfeiçoamentos sucessivos auxiliam nesse processo e possibilitam uma melhor compreensão de como se dão tais fenômenos (Bandura, 2008). No contexto profissional, fatores pessoais, como as capacidades, as subjetividades e a agência pessoal regulam as vivências dos trabalhadores. Com isso, geram impactos no modo como aprendem e conduzem seu fazer na vida profissional (Billett, 2008).

A capacidade de exercer a volição pessoal no processo de tomada de decisão é um elemento basilar para a agência pessoal, já que está no cerne do poder, da autonomia e do exercício do arbítrio (Cauce & Gordon, 2012). Por meio da capacidade de agência, além da autonomia e criatividade, há a capacidade de reflexão e avaliação acerca das situações, recursos e informações disponíveis, assim como o apoio social a fim de reorientar as decisões de trabalho e de cursos de ação, consequentemente. Desse modo, trata-se de uma capacidade caracterizada por sua intencionalidade, reflexão, imaginação, criatividade e autoafirmação (Sautu, 2022).

As discussões científicas acerca do conceito de agência pessoal se dão principalmente a nível a nível teórico, em que se observa que os estudos empíricos comumente baseiam-se em interpretações sociopsicológicas caracterizando a agência pessoal como uma força interna estável, que pode provocar influências nas perspectivas, decisões e comportamentos. Com isso, ressalta-se a necessidade de enfatizar o papel do contexto social, já que pode atuar como fator facilitador ou inibidor dessa capacidade. Ao considerar a necessidade de avanços na teoria, os instrumentos de medida podem ser alternativas nesse processo. No entanto, há dificuldades ao se propor medidas da capacidade de agência, já que acabam por envolver a habilidade de modulação das fontes de restrição ou facilitadores para o exercício da agência pessoal, o que ressalta a complexidade do fenômeno. Isso faz com que a análise da agência apresente um melhor desenvolvimento a nível teórico do que empírico (Bazzani, 2023).

Nesse processo, já eram observadas dificuldades no delineamento teórico do construto, que acabam por gerar implicações inclusive a nível metodológico, com a presença de simplificações e generalizações (Pick et al., 2007). Ao revisar os instrumentos de medida de agência pessoal disponíveis observaram-se fragilidades na robustez das propriedades psicométricas dos instrumentos, em que não foram identificados instrumentos em português com evidências de validade estatística, tampouco no contexto brasileiro (Gai et al., 2023). Desse modo, o objetivo da pesquisa foi verificar as propriedades psicométricas e evidências de validade de estrutura interna da escala de agência pessoal em trabalhadores.

5.2 Método

Observado o caráter psicométrico deste estudo, ressalta-se que se trata de uma pesquisa com abordagem quantitativa, caráter descritivo e exploratório e de natureza aplicada. É uma pesquisa descritiva pois se propõe a uma descrição de medidas e variáveis para aprofundamento em pesquisas sobre o assunto, em que serão especificadas as propriedades e características do fenômeno – a capacidade de agência –, ao definir e mensurar suas variáveis. É exploratória, pois é um assunto pouco estudado e parte de uma perspectiva inovadora, que se propõe a estabelecer novos direcionamentos de pesquisa, visto que servirá como subsídio para estudos posteriores (Sampieri & Mendoza, 2018). Por fim, se define como uma pesquisa aplicada pois é direcionada a investigar um problema relacionado a um fenômeno em específico (Gil, 2018).

A população alvo da pesquisa foram trabalhadores, em que se considera que são pessoas que desempenham atividades produtivas ou intelectuais com um objetivo final (Michaelis, 2023). Desse modo, o instrumento pode ser respondido por estudantes, responsáveis pelo

trabalho doméstico, aposentados e pessoas que estão em situação de desemprego ou em busca de emprego. Dentre os critérios de inclusão estão: a) ser brasileiro; b) ter mais de 18 anos; c) exercer uma atividade considerada como um trabalho ou estar em busca de trabalho.

Trata-se de uma *survey* com corte transversal (Sampieri & Mendoza, 2018) recorrendo a uma técnica de amostragem não probabilística e por conveniência. A amostra foi calculada a partir das recomendações de Hair Jr. et al. (2009), que orientam que é necessário no mínimo a proporção de cinco vezes mais participantes do que o número de variáveis utilizadas na pesquisa, mas o mais aceitável é que se tenha dez participantes para cada variável. O instrumento utilizado contava com 45 itens (Apêndice E) e, por isso, a amostra mínima considerada era de 225 participantes. Obteve-se um total de 1.178 respondentes – proporção de mais de 26 participantes por variável.

O primeiro instrumento utilizado se refere ao questionário de dados pessoais e ocupacionais, em que se solicitou informações como: idade, sexo, escolaridade, estado civil, estado de nascimento, renda individual, vínculo empregatício, profissão/ocupação e segmento ocupacional e, caso a pessoa estivesse em situação de desemprego, há quanto tempo. Para a mensuração da agência pessoal utilizou-se a versão do instrumento que passou por AFE, em que os 75 itens foram reduzidos a 45. Manteve-se a escala de respostas do tipo *Likert* de cinco pontos. Esse instrumento possui evidências de validade semântica e de conteúdo (estudo 3) e passou por AFE (estudo 4).

A coleta de dados foi realizada por meio de duas estratégias: uma coleta física, com os questionários impressos e uma coleta *online*, por meio de um questionário do Google Forms. Para participar da pesquisa, os participantes precisavam ler, concordar com sua participação voluntária na pesquisa e assinar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice C) ou clicar na opção que menciona a autorização para a pesquisa no caso da coleta de dados *online*. Utilizou-se o método bola de neve para envio dos questionários *online*, com uso das redes sociais para divulgação do instrumento em outros estados. Contou-se com parcerias com duas empresas juniores de psicologia: a Lacus - Empresa Júnior de Psicologia -, da Universidade do Vale do Sapucaí de Pouso Alegre, Minas Gerais e a Psique - Consultoria e Projetos em Psicologia, da Universidade Estadual de Maringá, Paraná. Os estudantes auxiliaram na divulgação da pesquisa e coleta de dados *online*.

O tratamento e organização dos dados foi realizado no Microsoft Excel, com resolução dos casos de *missing* e exclusão de questionários com muitos itens incompletos ou não preenchidos. Em sequência, submeteu-se os dados a análises estatísticas no programa JASP na

versão 0.17.1. Utilizaram-se medidas descritivas (percentual, média e desvio padrão) e tabelas de frequências para verificação da distribuição das variáveis analisadas.

A AFC foi conduzida considerando a estrutura de seis, cinco, quatro e três dimensões para testagem do modelo com melhor resposta. Os agrupamentos entre os itens de diferentes dimensionalidades consideraram os resultados da AFE (estudo 4), bem como as aproximações e relações presentes na conceitualização das dimensões a partir do modelo conceitual proposto pelo estudo 1. Para a verificação do ajuste dos modelos propostos utilizaram-se os índices e critérios de ajuste satisfatórios expostos na Tabela 14.

Tabela 14

Índices e critérios de ajuste da AFC ($p < .05$)

Índices	Crítérios de Ajuste
Comparative Fit Index (CFI)	superior a .9
Root Mean Square Error of Aproximation (RMSEA)	próximo ou inferior a .08
Normed Fit Index (NFI)	superior a .9
Goodness-of-fit Index (GFI)	superior a .9
SRMR	abaixo de .1

A partir dos índices apontados na Tabela 14 estabeleceu-se o modelo dimensional que apresentou melhor ajustamento em comparação aos demais, com retirada dos itens que não apresentavam cargas fatoriais satisfatórias ou que prejudicavam o modelo estrutural. Realizou-se o teste de invariância da medida e medidas de precisão do modelo final. Somado aos indicadores, se verificou a semântica dos itens e alinhamento conceitual com as dimensões.

A pesquisa seguiu as diretrizes da Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012 (Brasil, 2012) e da Resolução nº 510, de 7 de abril de 2016, do Conselho Nacional de Saúde (Brasil, 2016). O projeto da pesquisa passou por avaliação e foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal de Santa Catarina (CEPSH-UFSC). Os participantes consentiram com a participação na pesquisa a partir da leitura e concordância com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE; Apêndice C).

5.3 Resultados

A partir das análises descritivas dos dados pessoais e ocupacionais estabeleceu-se o perfil da amostra dos 1.187 participantes da pesquisa. Se observa a distribuição da amostra de acordo com as regiões do Brasil. Os dados estão descritos na Tabela 15.

Tabela 15*Características da amostra*

Variáveis	Categorias	Participantes (N=1.187)	Porcentagem (100%)
Sexo	Feminino	788	66.4%
	Masculino	382	32.2%
	Intersex	7	.6%
	Não informado	10	.8%
Faixa etária	Entre 18 e 29 anos	579	48.8%
	Entre 30 e 39 anos	255	21.5%
	Entre 40 e 49 anos	172	14.5%
	Entre 50 e 59 anos	125	10.5%
	Mais de 60 anos	52	4.4%
	Não informado	4	.3%
Estado Civil	Solteiro(a)	664	55.9%
	Casado(a) ou em união estável	441	37.2%
	Viúvo(a)	9	.8%
	Separado(a) ou divorciado(a)	69	5.8%
	Não informado	4	.3%
Escolaridade	Ensino fundamental incompleto	10	.8%
	Ensino fundamental completo	19	1.6%
	Ensino médio completo	565	47.6%
	Ensino superior completo	593	50%
Renda	Até 1 salário mínimo	275	23.2%
Individual	Mais de 1 até 3 salários mínimos	372	31.3%
	Mais de 3 até 6 salários mínimos	259	21.8%
	Mais de 6 até 10 salários mínimos	136	11.5%
	Mais de 10 até 15 salários mínimos	56	4.7%
	Mais de 15 salários mínimos	54	4.5%
	Sem renda	28	2.4%
	Não informado	7	.6%
Vínculo	Jovem aprendiz, estagiário ou bolsista	141	11.9%
Empregatício	Trabalhador CLT	364	30.7%
	Profissional autônomo	188	15.8%
	Servidor público	148	12.5%
	Empreendedor ou microempreendedor individual	129	10.9%
	Outro vínculo empregatício	28	2.4%
	Não está trabalhando no momento	126	10.6%
	Aposentado	20	1.7%
	Estudante	43	3.6%
Segmento	Saúde	217	18.3%
Ocupacional	Comunicação	83	7%
	Tecnologia	108	9.1%
	Construção civil	35	2.9%
	Militar, servidor público	46	3.9%
	Comércio	118	9.9%
	Educação	158	13.3%
	Prestação de serviços	228	19.2%
	Agronegócio	20	1.7%
	Indústria	41	3.5%
	Outro segmento ocupacional	44	3.7%
	Nenhum ou não informado	89	7.5%
Região do Brasil	Sul	744	62.7%
	Norte	41	3.5%

Nordeste	56	4.7%
Centro-Oeste	53	4.5%
Sudeste	293	24.7%

Fonte: dados da pesquisa (2023).

Com base na Tabela 15 observa-se que as características predominantes da amostra relavam que a maior parte são pessoas do sexo feminino (66.4%), entre 18 e 29 anos (48.8%) e solteiros (55.9%). Metade dos participantes (50%) possuem ensino superior completo e 31.3% têm como renda individual mais de 1 até 3 salários mínimos. Em relação aos dados profissionais, o vínculo empregatício da maior parte da amostra é de trabalhadores na modalidade CLT (30.7%) e o segmento ocupacional predominante é a área da prestação de serviços (19.2%). A maior parte dos respondentes são da região sul do Brasil (62.7%), seguidos da região sudeste (24.7%).

5.3.1 Estrutura Fatorial

A fim de investigar a estrutura fatorial da Escala de Agência Pessoal, a Análise Fatorial Confirmatória (AFC) foi executada com base no pacote lavaan (Rosseel, 2012), útil para estimar a relação entre as variáveis (itens) e os construtos (Hair et al., 2009). Para avaliar os modelos extraídos utilizou-se o método *Weighted Least Squares Mean and Variance- Adjusted* (WLSMV) devido às matrizes policóricas dos dados (Li, 2016; Múthen & Múthen, 2014). Assim, foram empregados os seguintes indicadores: (a) razão Qui-quadrado por graus de liberdade (χ^2/df), no qual valores entre 2 e 3 são bons resultados, ainda que se possa considerar um indicador de adequação até o valor 5; (b) *Comparative Fit Index* (CFI) e *Tucker-Lewis Index* (TLI), esperando-se valores maiores que .9; (c) *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR), nos valores abaixo de .08 foram considerados recomendados; e (d) *Root Mean Square Error Approximation* (RMSEA), com valores satisfatórios entre .05 e .08, podendo-se admitir até .1 (Brown, 2015; Byrne, 2016; Tabachnick & Fidell, 2007).

Os itens que prejudicavam o modelo a partir dos índices de cargas cruzadas e residual de variância foram retirados. Para aperfeiçoar o ajuste dos modelos, os índices de modificação foram qualitativamente revisados a partir do conteúdo semântico e dos pressupostos teóricos obtidos no estudo 1 sobre o modelo conceitual de agência pessoal. O modelo de seis fatores foi submetido à AFC. No entanto, a partir desse modelo e da distribuição dos itens, os dados não

comportam o modelo e, por isso, não se deu seguimento à avaliação. Os resultados para a estrutura de cinco, quatro e três dimensões para o modelo teórico estão expostos na Tabela 16.

Tabela 16

Estrutura fatorial de cinco, quatro e três dimensões

Índices	Critérios de Ajuste	Modelo de três dimensões (25 itens)	Modelo de quatro dimensões (29 itens)	Modelo de cinco dimensões (28 itens)
χ^2		12.122.279	14.426.298	14.099.506
Comparative Fit Index (CFI)	superior a .9	.924	.925	.957
Tucker-Lewis Index (TLI)		.916	.918	.951
Root Mean Square Error of Aproximation (RMSEA)	próximo ou inferior a .08	.053	.049	.046
Normed Fit Index (NFI)	superior a .9	.904	.902	.924
Goodness-of-fit Index (GFI)	superior a .9	.986	.984	.986
McDonald fit index (MFI)		.686	.643	.693
SRMR	abaixo de .1	.044	.042	.04
Cargas fatoriais estandarizadas		Acima de .51	Acima de .51	Acima de .52

Fonte: dados da pesquisa (2023).

Com base na Tabela 16 observa-se que os critérios dos índices de ajuste estão adequados nos três modelos estruturais, não apontando problemas de ajustamento em nenhum dos casos. No entanto, ao se observar o conteúdo semântico e a estrutura conceitual decorrentes dos modelos, há inconsistências no modelo de três e de quatro fatores. Esse dado corrobora que o modelo estrutural mais adequado para a escala de agência pessoal é o de cinco fatores, especialmente ao se considerar os índices de modificação apresentados nos resultados da AFC que contribuíram para o aprimoramento do ajuste do modelo. As cargas fatoriais dos itens, assim como os índices de precisão (alfa de Cronbach e Ômega) estão sistematizados na Tabela 17.

Tabela 17

Estrutura fatorial e coeficientes de precisão da Escala de Agência Pessoal no modelo de cinco fatores

Fator	Indicator	z-value	p	95% Confidence Interval		Std.Est(all)	Precisão (α / ω)
				Lower	Upper		
Autoeficácia	1_aut_1	19.375	< .001	.435	.533	.557	.874 / .827
	2_aut_2	26.763	< .001	.582	.674	.724	.791 / .795
	33_aut_19	18.840	< .001	.387	.477	.543	.878 / .886
	67_aut_41	25.242	< .001	.623	.727	.687	.759 / .763
	42_reat_24	20.762	< .001	.554	.67	.591	.796 / .768
Locus de Controle Interno	3_lci_3	27.009	< .001	.69	.798	.712	.677 / .674
	17_reat_10	25.252	< .001	.595	.695	.676	.772 / .731
	21_reat_11	26.404	< .001	.671	.778	.699	.718 / .748
	49_lci_28	24.000	< .001	.624	.735	.651	.829 / .839
	9_reat_7	21.893	< .001	.498	.596	.604	.759 / .762
Capacidade de Tomar Decisões	23_prem_13	30.760	< .001	.713	.81	.781	.725 / .75
	50_refl_29	28.047	< .001	.875	1.006	.739	.791 / .824
	65_refl_39	18.764	< .001	.544	.671	.537	.706 / .716
	40_refl_22	31.186	< .001	.956	1.084	.794	.874 / .827
	31_refl_18	18.323	< .001	.477	.591	.526	.831 / .828
Planejamento	58_refl_33	28.332	< .001	.94	1.08	.745	.741 / .737
	29_prem_16	24.618	< .001	.705	.827	.672	.788 / .784
	61_reat_35	28.496	< .001	.85	.975	.749	.745 / .741
	69_int_43	25.866	< .001	.843	.982	.698	.744 / .742
	71_prem_44	29.673	< .001	.886	.011	.771	.829 / .827
Capacidade de Resolução de Problemas	62_int_36	21.295	< .001	.652	.784	.6	.768 / .767
	16_prem_9	21.258	< .001	.707	.851	.598	.718 / .748
	36_aut_21	25.819	< .001	.749	.872	.69	.687 / .683
	44_aut_26	23.758	< .001	.678	.8	.647	.761 / .759
	34_reat_20	27.743	< .001	.726	.837	.729	.726 / .723
	41_reat_23	31.469	< .001	.795	.9	.796	.677 / .674
	74_reat_45	22.090	< .001	.664	.794	.611	.628 / .625
	28_reat_15	21.769	< .001	.654	.784	.603	

Fonte: dados da pesquisa (2023).

No modelo de cinco fatores observaram-se modificações nas dimensões previstas no estudo 1, com manutenção de apenas duas anteriormente mencionadas (autoeficácia e *locus* de controle interno). A dimensão de “autoeficácia” reuniu os itens que já estavam previstos para

essa dimensão, acrescido de um fator relacionado à autorreatividade (42 - “Sei lidar bem com as pressões do dia a dia”). Observa-se que empiricamente o item foi compreendido em relação às crenças de ser capaz de lidar com pressões cotidianas, o que demonstra alinhamento com a dimensão “autoeficácia” (AUT).

A dimensão “*locus* de controle interno” (LCI) mescla os itens já alocados nessa dimensão, somados de itens de autorreatividade. Observou-se que empiricamente não há distinções entre as dimensões anteriormente previstas de *locus* de controle interno e autorreatividade, visto que ambos possuem relação à execução de ações necessárias a partir da percepção de capacidade interna para tal. Nessa dimensão foi agrupado um item anteriormente previsto para premeditação (23 - “Meus planos se transformam em ações”), mas empiricamente os dados parecem focar na capacidade de realização de tais planos, garantindo o alinhamento teórico da dimensão.

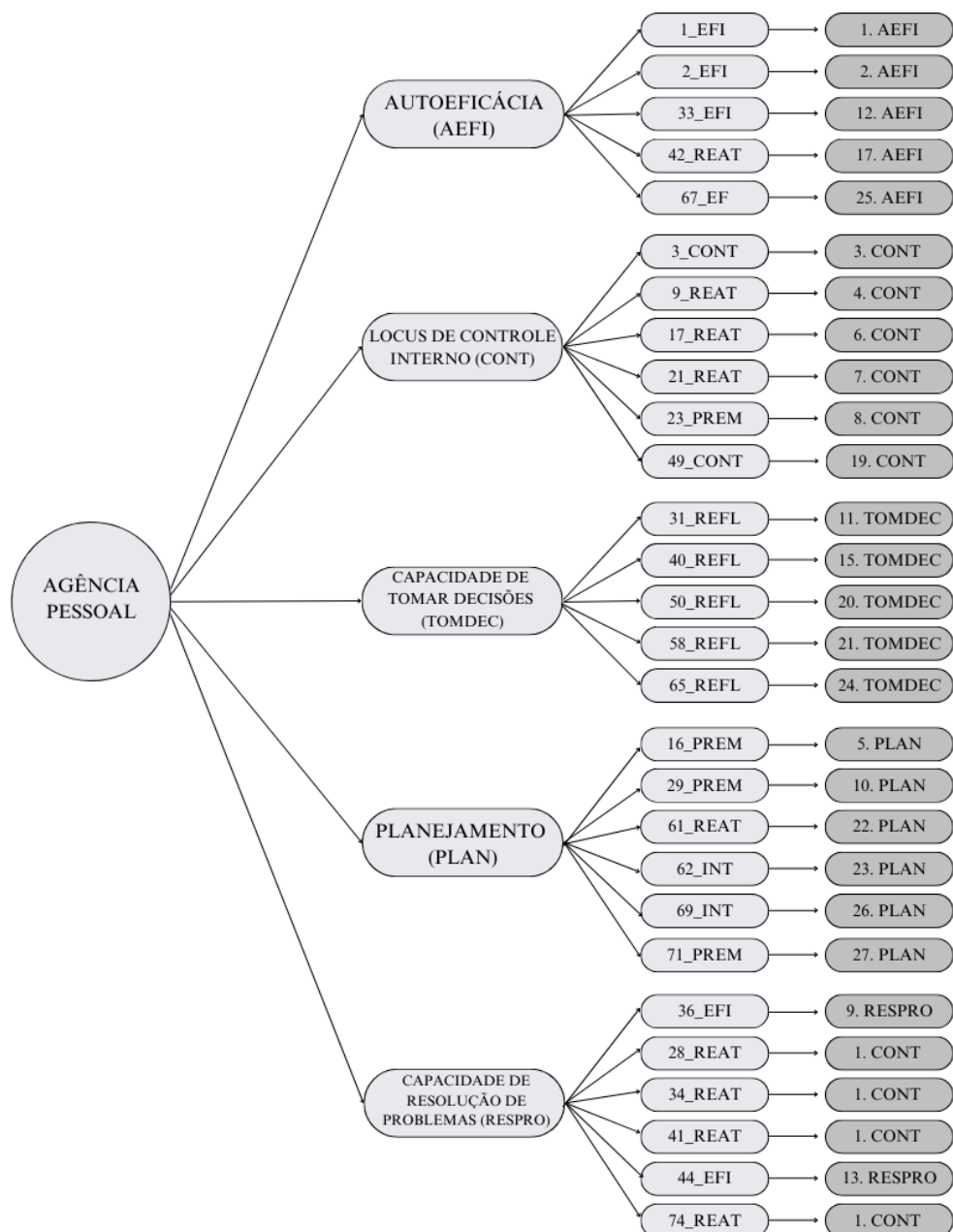
Os itens selecionados sobre autorreflexão que se mantiveram se relacionam a aspectos destinados à capacidade de tomar decisões. Desse modo observou-se que a capacidade de reflexão, que faz parte do construto agência pessoal, se refere especificamente aos elementos fundamentais para a tomada de decisões e não a autorreflexão de modo geral. Por esta razão, a dimensão foi substituída para “capacidade de tomada de decisão” (CTD).

Os itens das dimensões premeditação e intencionalidade foram agrupados e, devido à semântica dos itens, a dimensão foi renomeada para “planejamento” (PLA), que responde melhor ao direcionamento dos itens. Um item relacionado à autorreatividade foi alocado nessa dimensão, no entanto está diretamente relacionado à execução de planejamentos (61 - “Costumo seguir tarefas planejadas anteriormente”). A última dimensão identificada - “capacidade de resolução de problemas” (CRP) - reúne itens de autorreatividade e autoeficácia direcionados à capacidade dos indivíduos de lidar e resolver desafios, dificuldades e imprevistos. Os coeficientes de precisão dos itens da Escala de Agência Pessoal mostraram-se satisfatórios.

Desse modo, observou-se a readequação das dimensões e reorganização dos itens, conforme ilustrado na Figura 8.

Figura 8

Representação gráfica do modelo de cinco fatores e 28 itens da Escala de Agência Pessoal



Fonte: dados da pesquisa (2023).

A versão da Escala de Agência Pessoal composta por 45 itens (após a AFE) passou pela exclusão de 17 itens, uma vez realizados os procedimentos da AFC. Desse modo, o modelo estrutural da versão da Escala de Agência Pessoal que apresenta evidências de validade de estrutura interna passou a ser composta por 28 itens, divididos em cinco dimensões (Apêndice F). Houve uma melhora significativa nos índices de ajuste do modelo após realizadas as

modificações que visaram o alinhamento semântico dos itens, conforme as respectivas dimensões.

A invariância da medida foi analisada em função do sexo dos participantes. A invariância configural, também chamada de equivalência de estrutura, testa se a estrutura dimensional é similar entre os grupos; a invariância métrica - ou invariância fraca - verifica se as cargas fatoriais dos itens são iguais para todos os grupos; e a invariância escalar (invariância forte) permite comparação de escores entre grupos, partindo do pressuposto de que os interceptos dos itens são equivalentes para os diferentes grupos. Por meio da estratégia proposta por Wu e Estabrook (2016), com auxílio da linguagem de programação R (versão 4.0.3) e implementado no pacote lavaan (versão 1.2) e semTools (versão 0.5), a avaliação dos modelos restritos foi feita pelo teste de razão de verossimilhança e pela comparação dos índices de ajuste (Milfont & Fischer, 2010).

A Tabela 18 apresenta os resultados do teste de invariância da Escala de Agência Pessoal, segundo o sexo. Os principais resultados a serem considerados são os valores de χ^2 (qui-quadrado), gl (graus de liberdade), χ^2/dif (diferença no qui-quadrado), Δgl (diferença nos graus de liberdade), valor- p (valor p), RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*), SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*), CFI (*Comparative Fit Index*) e TLI (*Tucker-Lewis Index*).

Tabela 18

Teste da Invariância da Escala de Agência Pessoal, segundo o sexo

Invariância	χ^2	χ^2/dif	Δgl	Valor- p	RMSEA	SRMR	CFI	TLI
Configural	4711.8			.003	.036	.065	.952	.949
Métrica	4952.3	176.45	159	.021	.034	.066	.955	.954
Escalar	5233.5	104.93	50	.031	.035	.066	.953	.953

Fonte: dados da pesquisa (2023).

No modelo configural - que é o modelo base - o valor de p de .003 indica que há uma boa adequação do modelo aos dados. Os índices de ajuste RMSEA, SRMR e CFI sugerem uma boa adequação do modelo. Na invariância métrica, o valor de p (.021) aponta que não há uma diferença significativa entre o sexo masculino e feminino e os índices de ajuste encontrados foram satisfatórios. Na invariância escalar, os interceptos dos itens são fixados iguais entre os

grupos, testando se os itens têm o mesmo ponto de partida em medir o construto em ambos os grupos. O valor de p (.031) refere que não há uma diferença significativa entre os sexos, sugerindo que a invariância escalar é suportada, com índices de ajuste RMSEA, SRMR, CFI e TLI satisfatórios. Os resultados apontam que a Escala de Agência Pessoal mede o construto de maneira equitativa em ambos os grupos, mantendo estruturas fatoriais equivalentes, considerando as medidas de invariância para sexo.

5.4 Discussão

O modelo decorrente da AFC que apresenta indicadores adequados quanto aos critérios de ajuste, juntamente com coerência semântica e conceitual, se refere ao modelo de agência pessoal contemplando cinco fatores. Esse modelo atende a todos os critérios estabelecidos e os itens apresentam cargas fatoriais standardizadas acima de .5, com alinhamento entre os itens e as dimensões. Esse modelo traz novos direcionamentos acerca da dimensionalidade da agência pessoal, especialmente tendo como base o que até então era demonstrado nas pesquisas (estudo 2). Dos fatores identificados no estudo 1, apenas dois se mantiveram com a mesma nomenclatura – “autoeficácia” e “*locus* de controle interno”. No entanto, a dimensão “*locus* de controle interno” diz respeito à junção dessa dimensionalidade com “autorreatividade”, visto que empiricamente não foram identificadas diferenças. Esse dado reforça as razões para a dificuldade de distinção conceitual entre os dois construtos e a dimensionalidade de agência, visto que empiricamente não são visualizadas essas diferenças, embora possam ser delimitadas teoricamente.

Observa-se que processos internos autogerados estão atrelados à origem e causalidade de eventos posteriores, já que influenciam e controlam pensamentos, significações, motivações e, conseqüentemente, as ações do sujeito. Esses elementos estão atrelados à causalidade de eventos posteriores e acabam por moldar as experiências vivenciadas. Desse modo, ao considerar que as ações e os julgamentos são determinados pelo sujeito parcialmente, conclui-se que é possível que exerçam mudanças em si mesmos e em diferentes situações a partir de seus esforços pessoais. A capacidade de controle dos processos internos de pensamento, motivação e comportamento (ação) se trata de uma característica inerentemente humana. Ou seja, não se refere a uma postura passiva diante dos acontecimentos, já que essa capacidade de exercer certo controle pode ser realizada ao se considerar os mecanismos da agência humana de autorregulação, como “*locus* de controle interno” e “autorreatividade” (Rotter, 1966; Bandura, 1989, 1991, 2006).

Para esses processos autorregulatórios há um componente da agência que exerce influência: a autoeficácia. A partir da análise dos dados empíricos, a conceitualização e semântica dos itens da dimensão “autoeficácia” se manteve conforme apontado nos estudos teóricos. As crenças sobre a própria capacidade de executar tarefas e influenciar cursos de ação e acontecimentos exercem potencial influência em ações autogeradas, assim como na motivação, nas emoções e no bem-estar. Esse cenário se dá uma vez que, se o sujeito não acredita ser capaz de realizar algo, isso influenciará na motivação e na execução do curso de ação, especialmente frente a adversidades. Esse mecanismo atua na frequência e controle de pensamentos negativos e na ansiedade frente a diferentes situações, inclusive as desafiadoras. Desse modo, há impacto em como os sujeitos se posicionam em situações ameaçadoras, especialmente em relação ao enfrentamento da vulnerabilidade percebida, na percepção de risco e no controle cognitivo de pensamentos aversivos intrusivos (Bandura, 1989, 1991, 2006, 2015).

As duas novas dimensionalidades identificadas por meio dos dados empíricos apontam para categorias fundamentais a serem consideradas ao se analisar a capacidade de agência pessoal: a capacidade de resolução de problemas e a capacidade de tomada de decisão. Desse modo, foi retirada a dimensionalidade autorreflexão, o que não implica necessariamente na exclusão de itens que abordam essa capacidade. Observou-se um direcionamento desses itens para a capacidade de resolução de problemas e de tomada de decisão, pontos intrinsecamente relacionados com o direcionamento do curso de vida. A dimensão autorreflexão, de modo geral, parece incluir diferentes pontos sobre autoconhecimento e identificação de valores, crenças e capacidades, mas nem todos esses pontos necessariamente implicam na capacidade de agência pessoal. Por essa razão, os dados empíricos evidenciaram essa necessidade de substituição. Desse modo, os itens se agregaram com base no direcionamento à resolução de problemas e quanto à tomada de decisões.

A liberdade dos sujeitos para realizar suas escolhas e de agir em consequência delas já era considerado um elemento central para a capacidade de agência. Compreende-se que os sujeitos agentes são responsáveis pelo que decidem e desejam obter (Sen, 1985). Essas escolhas são influenciadas por diversos elementos, tais como: interações humanas, períodos históricos, tempo das vidas, conexões e agência na tomada de decisões, aspectos fundamentais para compreender tais escolhas e seus consequentes impactos no direcionamento do curso de vida (Elder Jr., 1994, 1998). Em relação à capacidade de tomar decisões, ao considerar que os sujeitos possuem capacidade para deliberar cognitivamente sobre as situações a que são expostos e de tomar atitudes frente a elas de modo consciente, observa-se a capacidade para

construir hipóteses, refletir e testar cognitivamente diferentes resultados de ações, prever a ocorrência de eventos, elementos fundamentais para a tomada de decisões de modo assertivo (Bandura, 2001; Carlson, 1997).

As pessoas exercem influência significativa em suas circunstâncias de vida e suas consequências, logo, são cocriadoras de tais eventos a partir dos comportamentos manifestados por sua vontade (Bandura, 2006; Kabeer, 1999). Os sujeitos precisam decidir quais habilidades cultivar, em que devem investir seus esforços e recursos e quanta dificuldade e desafios se dispõem a enfrentar para atingir determinados resultados (Bandura, 1991). Desse modo, a liberdade para decidir configura-se como um elemento central da capacidade de agência pessoal (Cauce & Gordon, 2012).

Os estudos sobre agência humana ressaltam a importância da capacidade de resolução de problemas. Em função da capacidade de prever a ocorrência de eventos futuros, é possível antecipar problemas e modos para resolvê-los com base em experiências já vivenciadas a fim de minimizar prejuízos. Ao extrapolar consequências futuras de fatos que já ocorreram é possível realizar ações com a finalidade de evitar consequências desagradáveis ou negativas (Bandura, 2001). Nesse processo, as escolhas cognitivas do sujeito em situações de problemas podem orientar as interpretações das falhas como desafios que podem ser superados, motivando o esforço para a resolução das intempéries. No entanto, o processo inverso poderá acontecer caso tais predisposições tendam a considerar mais fortemente crenças de ineficácia ou inabilidade para resolver problemas (Bandura, 2001; Carlson, 1997). A depender das escolhas para resolver problemas, os resultados podem ser pouco produtivos. Por isso, a capacidade de autoeficácia é relevante nesses casos em que há falha no julgamento para resolução do problema, com influências inclusive na percepção de risco e vulnerabilidade percebida (Wood & Bandura, 1989).

Outra junção de fatores de dimensionalidades diferentes diz respeito à premeditação e intencionalidade, em que foram observadas dificuldades no tocante à organização dos itens ao considerar as dimensões de modo separado. Ambas as dimensões se referem a prospecções futuras, em que a principal distinção diz respeito ao modo temporal e à precisão dessas ideias futuras. A intencionalidade está relacionada a ideias menos estruturadas, desejos futuros e propensões para algo, enquanto a premeditação se refere a ações de mais curto prazo direcionadas a um objetivo ou desejo (Bandura, 2001, 2006). Essa prospecção de planos e ações futuras – independentemente do tempo – não evidenciou se diferenciar empiricamente e os itens mantidos se relacionam com a capacidade de planejamento de modo geral, termo que passa a representar tal dimensionalidade.

Desse modo, a dimensão planejamento abarca os itens que intencionalidade e premeditação, e se trata de guias de ações, auxiliados por mecanismos de autorregulação para a execução de tais planejamentos. Com isso, orienta as ações futuras a fim de antecipar o que é necessário para atender as metas direcionadas a um objetivo. Essa capacidade pode proporcionar a evitação de problemas ou de consequências indesejadas, ao passo que a predição de tais eventos é considerada a partir desse planejamento (Bandura, 1989). Por meio do controle da motivação direcionada à predição do esforço para realizar algo, ou seja, o planejamento do quanto é necessário dedicar esforços para que um evento ou tarefa seja realizada é possível antever cursos de ação, diminuindo a necessidade de verificação das respostas imediatas, favorecendo processos adaptativos (Bandura, 2001). Desse modo, a escala final proposta está apresentada no Apêndice E, que ilustra a configuração e organização dos 28 itens e suas respectivas dimensões.

5.5 Conclusão

A partir da construção do instrumento para avaliação da agência pessoal foi necessária a identificação da estrutura fatorial do instrumento. Por essa razão, verificou-se as propriedades psicométricas e evidências de validade da estrutura interna da escala de agência pessoal em trabalhadores. Nesse processo, identificou-se que a estrutura conceitual de agência observada na literatura (estudo 1) e a dimensionalidade proposta por outros instrumentos para mensuração de agência (estudo 2) passou por alterações a partir das evidências identificadas a partir dos dados analisados. Com base em comparações em relação aos indicadores, coerência teórica e semântica entre os itens e a estrutura dos modelos de três, quatro e cinco dimensões, observou-se que a estrutura fatorial mais adequada contempla cinco dimensões de agência. Essas dimensões referem-se a: autoeficácia, *locus* de controle interno, planejamento, capacidade de resolução de problemas e capacidade de tomada de decisão.

A autorreflexão - previamente estabelecida como dimensão a partir dos estudos 1 e 2 - foi retirada da estrutura fatorial. Observou-se que a capacidade de autorreflexão, em uma perspectiva mais generalista, ultrapassa os aspectos necessários para a capacidade de agência pessoal. Logo, os itens selecionados que anteriormente se referiam à autorreflexão foram direcionados para a tomada de decisão e para a resolução de problemas, somados aos itens que abordam essas questões de modo específico. Trata-se de um acréscimo ao desenvolvimento conceitual de agência, visto que a capacidade de resolução de problemas e de tomada de decisão

não recebiam ênfase anteriormente enquanto dimensões do construto em outros instrumentos de medida, conforme identificado no estudo 2.

A dimensão planejamento já era mencionada anteriormente, porém com outras nomenclaturas (intencionalidade e premeditação) e delimitações mais específicas. Desse modo, a dimensão planejamento envolve todos os elementos necessários para se antever atividades que precisam ser executadas visando objetivos futuros e configura-se como o agregado das dimensões previstas por Bandura (1989) em relação à predição de eventos e ações necessárias para o alcance de objetivos.

A partir dos dados observou-se que as pesquisas sobre agência pessoal precisam de ser aprofundadas especialmente em seu caráter empírico, visto que o apesar do desenvolvimento acerca dos elementos teóricos já ser realizada há algumas décadas, há inconsistências na transposição dessa teoria para a verificação dos dados empíricos, especialmente quantitativos. Esses problemas podem se dar devido à complexidade do fenômeno e pela dificuldade em relação à captura do fenômeno, especialmente para fins de mensuração.

Essa carência de instrumento de medida de agência pessoal é refletida ao se propor novos métodos de mensuração, pois há poucos direcionamentos desenvolvidos para se ter como base ao iniciar uma nova proposta de ferramenta. A versão final do modelo estrutural do instrumento - com índices adequados e ajustados - foi obtida a partir de um percurso com diversas necessidades de revisão do modelo em questão para a obtenção dessa estrutura, com uso de diferentes indicadores. Desse modo, obteve-se um instrumento com indicadores psicométricos confiáveis, o que sugere que o instrumento pode ser utilizado em pesquisas futuras para mensuração da capacidade de agência pessoal, mas também como instrumento complementar em avaliações ou intervenções psicológicas que envolvem o fenômeno.

Por essa razão, o modelo teórico em questão apresenta avanços em relação aos elementos conceituais necessários para a avaliação da agência pessoal, dando direcionamento no tocante à verificação de dimensões que apresentam diferenças conceituais, mas que empiricamente são entendidas como similares. A única dimensionalidade que foi mantida sem modificações se trata da autoeficácia, que historicamente é confundida com a capacidade de agência pessoal (estudo 2). Os resultados reforçam a diferença teórica e empírica entre os construtos, sendo que a autoeficácia se trata de uma das facetas da agência pessoal.

Dentre as limitações do estudo, salienta-se as dificuldades encontradas para estruturação do instrumento, incluindo os aspectos conceituais acerca das dimensões. Além disso, é possível que os novos estudos sobre o construto possibilitem outros avanços ao se considerar o modelo teórico e os instrumentos de medida acerca do construto. A amostra utilizada foi não

probabilística e há predominância de algumas características sociodemográficas, o que faz com que haja limitações em relação à representatividade dos achados. Por essa razão, as recomendações para estudos futuros direcionam-se para a ampliação de estudos empíricos com uso do instrumento, inclusive em amostras com diferentes características sociais e culturais.

6 Estudo 5 - Evidências de validade convergente e divergente do instrumento para mensuração de agência pessoal em trabalhadores

6.1 Introdução

A capacidade de agência pessoal se reflete no exercício de influência do próprio funcionamento e do curso de vida do sujeito com base em valores, preferências e objetivos pessoais. Trata-se de uma capacidade permeada por intencionalidade, em que a crença nas próprias capacidades e potencialidades exerce um papel preponderante (Bandura, 2008). A noção de agência humana é central ao se considerar o curso da vida das pessoas, que inclui tanto as capacidades do sujeito, mas também os aspectos relacionais (Landes & Settersten Jr, 2019). Ao considerar a influência do contexto, Bandura (2001) já observava que não há um modo único de adaptação social que possa se adequar a todas as situações: “ação, fatores cognitivos, afetivos e outros fatores pessoais e eventos ambientais funcionam como determinantes de interação” (Bandura, 1989, p. 1175, tradução nossa). Logo, diversas capacidades estão atreladas nessa influência recíproca entre contexto, sujeito e motivação para a ação e, desse modo, os seres humanos podem ser considerados como os principais agentes de tais transformações (Bandura, 1989, 2001, 2006).

Trata-se de um construto multidimensional e complexo, em que são observadas diversas lacunas teóricas e metodológicas, como salientado nos estudos 1 e 2. Ainda que haja predominância das discussões sobre o construto a nível teórico (Bazzani, 2023), ainda se observam equívocos no tocante ao desenvolvimento e aplicação do conceito (Pick et al., 2007). Tal fato pode contribuir na pouca disponibilidade de instrumentos robustos capazes de propor medidas da capacidade de agência pessoal, que se soma à dificuldade que é propor instrumentos para avaliação de fenômenos com esse nível de complexidade (Bazzani, 2023).

Há fragilidades na robustez dos instrumentos de medida de agência pessoal disponíveis, já que há predominância de instrumentos que contam apenas com a apresentação de evidências de validade de estrutura interna, com pouca exploração das evidências de validade de construtos análogos ou divergentes. Além disso, não foram identificados instrumentos com evidências de validade estatística para o contexto brasileiro (Gai et al., 2023). Processos de adaptação – e construção de instrumentos – são complexos e exigem rigor metodológico para assegurar a qualidade do material. Ainda que não haja um consenso sobre quais são os tipos de evidências de validade e quantas são necessárias para considerar um instrumento válido, observa-se que o acúmulo de dados que corroborem tais evidências é importante para o aumento da precisão da

medida. Para isso, não se deve limitar a estrutura fatorial do instrumento, já que é apenas uma das etapas do processo de validação. Outras fontes de evidências de validade são necessárias, como a validação de conteúdo com base em outras medidas equivalentes (Borsa et al., 2012).

A disponibilização de instrumentos de medida qualificados para a mensuração dos fenômenos psicológicos é fundamental para uma maior segurança no direcionamento de investigações clínicas, que poderão contar com novos recursos metodológicos para esse processo. Três etapas são recomendadas para a construção e validação de instrumentos psicométricos. A etapa I se refere aos procedimentos teóricos, bem como à elaboração dos itens e busca por evidências de validade baseadas no conteúdo, com especificação das categorias que representam o fenômeno. Na etapa II busca-se evidências de validade baseadas na estrutura interna, enquanto a etapa III tem como propósito a evidenciação de validade a partir das relações com variáveis externas convergentes (Reppold et al., 2014).

Para a busca por evidências de diferentes tipos de validade é necessária a utilização de construtos análogos e antagônicos à agência pessoal. Como principal fator intrínseco e central para a capacidade de agência, a autoeficácia foi utilizada como construto análogo para a busca de evidências de validade convergente. A autoeficácia se refere ao julgamento e percepção dos indivíduos a respeito da sua capacidade de executar uma função ou atividade e exerce relevante influência na agência independentemente do tipo que está sendo observado, ou seja, pessoal, por procuração ou coletiva (Bandura, 1989, 2000). A razão dessa centralidade da autoeficácia para a capacidade de agência se dá uma vez que, em uma situação em que a pessoa não crê em sua capacidade de executar uma tarefa e ter bons resultados a partir disso, provavelmente terá pouca motivação para que realmente execute esse comportamento (Bandura, 2006).

Quanto à construtos antagônicos à capacidade de agência para viabilizar a busca de evidências de validade divergente, é possível afirmar que o principal conceito oposto é a fraqueza de vontade (Holton, 1999). No entanto, não foram identificados instrumentos que possibilitem analisar esse fenômeno. Desse modo, observa-se que a desesperança indica ir na direção oposta ao senso de agência, já que se refere às percepções negativas e sentimentos de fracasso e derrota sobre si mesmo e na realização de tarefas. Nessas situações, atividades que possam ser percebidas como obstáculos ou com improbabilidade de êxito tendem a ser abandonadas, reforçando a percepção de impotência e de desesperança (Beck et al., 1997). A partir dessas constatações, para atender ao objetivo de buscar evidências de validade convergente e divergente do instrumento para mensuração de agência pessoal em trabalhadores, emergiram hipóteses acerca das relações da agência com os construtos discutidos, que são:

H₁ – Autoeficácia precede a Capacidade de Resolver Problemas;

- H₂ – Autoeficácia precede o *Locus* de Controle Interno;
- H₃ – Autoeficácia precede a Capacidade de Tomar Decisões;
- H₄ – Capacidade de Tomar Decisões precede a Capacidade de Resolver Problemas;
- H₅ – Capacidade de Tomar Decisões precede o *Locus* de Controle Interno;
- H₆ – Capacidade de Resolver Problemas precede o *Locus* de Controle Interno;
- H₇ – *Locus* de Controle Interno precede o Planejamento;
- H₈ – Autoeficácia Geral precede a Autoeficácia;
- H₉ – Autoeficácia Geral precede a Capacidade de Resolver Problemas;
- H₁₀ – Autoeficácia Geral precede a Capacidade de Tomar Decisões;
- H₁₁ – Autoeficácia Geral precede o *Locus* de Controle Interno;
- H₁₂ – Desesperança precede a Capacidade de Resolver Problemas;
- H₁₃ – Desesperança precede a Autoeficácia;
- H₁₄ – Desesperança precede o *Locus* de Controle Interno;
- H₁₅ – Desesperança precede o Planejamento;
- H_{16a-p} – As hipóteses propostas apresentam resultados diferentes entre os sexos.

Com vista a atender o objetivo do estudo e testar as hipóteses desta pesquisa, o método proposto é apresentado na sequência, em que foram descritas as estratégias adotadas.

6.2 Método

O estabelecimento e busca de evidências de validade de um instrumento inovador ressalta o caráter exploratório da pesquisa, especialmente pela busca por correlação entre dimensões e diferentes fenômenos. Com abordagem psicométrica, a pesquisa apresenta caráter descritivo e exploratório e natureza aplicada (Gil, 2018; Sampieri & Mendoza, 2018). A população alvo da pesquisa são trabalhadores, com uma amostra de 1.175 participantes, em que os dados foram coletados por meio do questionário de dados pessoais e ocupacionais, do questionário de agência pessoal, da Nova Escala Geral de Autoeficácia (Balsan et al., 2020) e da Escala Beck de Desesperança (Beck et al., 1974; Cunha, 2001). O projeto da pesquisa foi avaliado e aprovado pelo comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal de Santa Catarina (CEPSH-UFSC). A busca por evidências de validade convergente, divergente e de critério foi realizada com análises decorrentes de Modelagem de Equações Estruturais baseadas em variâncias.

Para garantir a qualidade dos instrumentos utilizados em pesquisas e dos resultados obtidos por meio desses estudos é fundamental que dados sobre confiabilidade e validade sejam

observados, assim como a maneira que esses aspectos foram abordados. Isso proporciona subsídios para assegurar que os resultados decorrentes da investigação que utilizará tais instrumentos de medida sejam válidos e confiáveis (Souza et al., 2017). A validade convergente possibilita verificar se o instrumento se correlaciona de modo significativo com outras variáveis pesquisadas, as quais é esperado que haja essa correlação (Henseler et al., 2009; Pasquali, 2017). Por meio da verificação da validade divergente é possível analisar o quanto dois conceitos apresentam distinções, indicando que uma escala mensura aspectos diferentes da outra (Hair et al., 2009; Henseler et al., 2009).

Para o cálculo da amostra considerou-se a orientação de Pasquali (1999), que recomenda a participação de 100 respondentes para cada fator do instrumento ou de 5 a 10 respondentes por item, o que é corroborado por Hair et al. (2009). Ao considerar o número de variáveis da pesquisa, são 28 itens da escala de agência pessoal, 6 itens da Nova Escala Geral de Autoeficácia e 20 itens da Escala Beck de Desesperança, totalizando 54 itens. Logo, a amostra mínima era de 270 respondentes. Obteve-se a participação de 1.175 respondentes na pesquisa. Na coleta de dados *online* não foi possível a utilização da Escala Beck de Desesperança. Desse modo, a coleta dos dados referentes a esse instrumento limitou-se a 175 respondentes presenciais.

Dentre as ferramentas utilizadas incluiu-se um questionário sobre dados pessoais e ocupacionais dos participantes, o instrumento para mensuração da agência pessoal, seguindo os delineamentos baseados em validade de conteúdo e AFC (estudo 4), a Nova Escala Geral de Autoeficácia (Balsan et al., 2020) e a Escala Beck de Desesperança (Beck et al., 1974; Cunha, 2001). No questionário sobre os dados pessoais e ocupacionais dos participantes foram solicitadas informações a respeito da idade, do sexo, da escolaridade, do estado civil, do estado de nascimento, da renda individual, do vínculo empregatício, da profissão/ocupação e do segmento ocupacional. Caso o participante estivesse em situação de desemprego, perguntou-se há quanto tempo.

O instrumento para mensuração da agência pessoal considerado possui evidências de validade de conteúdo (estudo 3) e evidências de validade de estrutura interna (estudos 3 e 4). Trata de um instrumento multifatorial, em que as dimensões são: autoeficácia, capacidade de resolver problemas, capacidade de tomar decisões, *locus* de controle interno e planejamento, totalizando 28 itens subdivididos nas seis dimensões. A escala é do tipo *Likert* de cinco pontos, em que 1 indica que “não me descreve de modo nenhum” e 5 refere que “me descreve totalmente”.

Para a verificação da validade convergente utilizou-se a Nova Escala Geral de Autoeficácia (NEAG; Balsan et al., 2020), que é a adaptação e validação para o contexto brasileiro da *New General Self-Efficacy Scale* de Chen et al. (2001). Essa escala de autoeficácia geral possibilita a compreensão da influência desse fenômeno para além de situações específicas e contextuais. A NEAG é composta por seis itens, como por exemplo “eu vou ser capaz de superar com êxito muitos desafios”, com uma escala *Likert* de cinco pontos em que 1 refere-se a "discordo totalmente" e 5 a "concordo totalmente". Essa versão adaptada possui consistência interna de $\alpha = .83$ e bons índices de ajuste do modelo, além de ter passado por análises fatoriais exploratória e confirmatória.

A Escala Beck de Desesperança (Beck et al., 1974; Cunha, 2001) foi a ferramenta utilizada para a verificação da validade divergente. A Escala Beck de Desesperança é a adaptação para o contexto brasileiro realizada por Cunha (2001) da *Beck Hopelessness Scale* (BHS; Beck et al., 1974). O instrumento possui 20 afirmativas, - como por exemplo: “penso no futuro com esperança e entusiasmo” -, com possibilidade de respostas dicotômicas a respeito do pessimismo ou atitudes negativas frente ao futuro. A confiabilidade é verificada pelo Alfa de Cronbach, que varia de .51 a .86, além de apresentar validade fatorial, validade ecológica e validade de construto.

O início da coleta de dados se deu após a aprovação do projeto pelo Comitê de Ética em Pesquisas com Seres Humanos da Universidade Federal de Santa Catarina (CEPSH-UFSC). A coleta de dados foi realizada de modo *online* e presencial, sendo que na versão digital os instrumentos e Termo de Consentimento Livre e Esclarecido precisaram ser adaptados para a versão *online* e não houve a inclusão da escala de desesperança. Todos os participantes precisavam estar cientes e concordar com o TCLE. Utilizou-se o método bola de neve para o envio dos questionários de modo *online* e contou-se com a parceria de duas empresas juniores de psicologia de diferentes estados para a divulgação da pesquisa aos participantes: a Lacus - Empresa Júnior de Psicologia-, da Universidade do Vale do Sapucaí (Univás) de Pouso Alegre, Minas Gerais e a Psique - Consultoria e Projetos em Psicologia Universidade Estadual de Maringá, Paraná.

Os dados foram tratados e tabulados utilizando-se o Microsoft Excel, com identificação dos casos de *missing* e *outliers*. Realizou-se uma análise descritiva inicial para examinar a exatidão dos dados e caracterização da amostra por meio de medidas descritivas (percentual, média e desvio padrão) e tabelas de frequências por meio do *software* JASP na versão 0.17.1.0.

Para testar as hipóteses da pesquisa utilizou-se o *software* SmartPLS® na versão 4.0.8.5 (Ringle et al., 2022) para executar o algoritmo PLS-SEM (*Partial Least Squares Structural*

Equation Modeling – PLS-SEM). Trata-se de um dos principais métodos para a realização de modelagem de equações estruturais utilizando mínimos quadrados parciais, recomendado em casos de relações complexas em que há múltiplos relacionamentos de dependência e independência entre as variáveis latentes dos construtos (Nascimento & Macedo, 2016). Para isso, seguiu-se as pressuposições e verificações na seguinte ordem:

I) Avaliação do Modelo de Mensuração: análise da consistência interna (por sexo):

- Alfa de Cronbach (α);
- Confiabilidade composta (r_c);
- Validade Convergente - Variância Média Extraída (*Average Variance Extracted*; AVE);

II) Validade Discriminante:

- Cargas fatoriais;
- Critério Fornell-Larcker;
- Critério *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) confirmado pelo método *bootstrapping*

para 5.000 subamostras.

III) Invariância do modelo e Análise Multigrupo:

- Análise multigrupo (Test MGA de Henseler e Teste de Permutações).

IV) Avaliação do Modelo Estrutural:

- Avaliação da Colinearidade – VIF (*Variance Inflation Factor*);
- Coeficiente de Determinação (R^2) confirmado pelo método *bootstrapping*;
- Relevância preditiva (Q^2) confirmado pelo método *Blindfolding*;
- Avaliação dos coeficientes estruturais (β 's) pelo t de *Student*; confirmado pelo método *bootstrapping*.

As relações entre as dimensões representam as hipóteses elaboradas pela pesquisadora ao considerar o modelo teórico. O modelo inicial foi formado por 75 itens subdivididos em três construtos, sendo que a agência pessoal é composta por cinco dimensões.

A pesquisa seguiu as normativas estabelecidas na Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012 (Brasil, 2012) e na Resolução nº 510, de 7 de abril de 2016, do Conselho Nacional de Saúde (Brasil, 2016). Os participantes consentiram com a participação na pesquisa a partir do TCLE. O projeto da pesquisa foi avaliado e aprovado pelo comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal de Santa Catarina (CEPSH-UFSC).

6.3 Resultados

Os dados pessoais dos 1.187 participantes da pesquisa apontam que 66.4% (788) são do sexo feminino, 32.2% (382) do sexo masculino, .6% (7) intersex e 10 preferiram não declarar. Em relação à faixa etária 48.8% (579) estão entre 18 e 29 anos, 21.5% (225) entre 30 e 39 anos, 14.5% (172) entre 40 e 49 anos, 10.5% (125) entre 50 e 59 anos e 4.4% (52) possuem mais de 60 anos e .3% (4) não informaram a qual faixa etária pertenciam. No tocante à escolaridade, .8% (10) têm ensino fundamental incompleto, 1.6% (19) ensino fundamental completo, 47.6% (565) ensino médio completo e 50% (593) ensino superior completo. Em relação ao estado civil, 55.9% (664) são solteiros, 37.2% (441) casados ou em união estável, .8% (9) viúvos, 5.8% (69) separados ou divorciados e .3% (4) não informaram. Quanto a renda, 23.2% (275) recebem até 1 salário mínimo, 31.3% (372) mais de 1 até 3 salários mínimos, 21.8% (259) mais de 3 até 6 salários mínimos, 11.5% (136) mais de 6 até 10 salários mínimos, 4.7% (56) mais de 10 até 15 salários mínimos, 4.5% (54) recebem mais de 15 salários mínimos, 2.4% (28) informaram não possuir renda e .6% (7) não informaram.

Os dados ocupacionais apontam que o vínculo empregatício de 11.9% (141) dos participantes é jovem aprendiz, estagiário ou bolsista, 30.7% (364) trabalhadores CLT, 15.8% (188) profissionais autônomos, 12.5% (148) servidores públicos, 10.9% (129) empreendedores ou microempreendedores individual, 1.7% (20) são aposentados, 3.6% (43) são estudantes, 2.4% (28) possuem outros tipos de vínculo empregatício, 10.6% (126) e não estão trabalhando no momento. Em relação ao segmento ocupacional 18.3% (217) são da área da saúde, 13.3% (158) da educação, 7% (83) da comunicação, 9.1% (108) da tecnologia, 2.9% (35) da construção civil, 9.9% (118) do comércio, 19.2% (228) da prestação de serviços, 1.7% (20) do agronegócio, 3.5% (41) da indústria, 3.9% (46) são militares ou servidores públicos, 3.7% (44) enquadram-se em outros segmentos ocupacionais e 7.5% (89) não atuam em nenhum segmento ocupacional ou não informaram.

6.3.1 Especificações do Modelo de Caminho

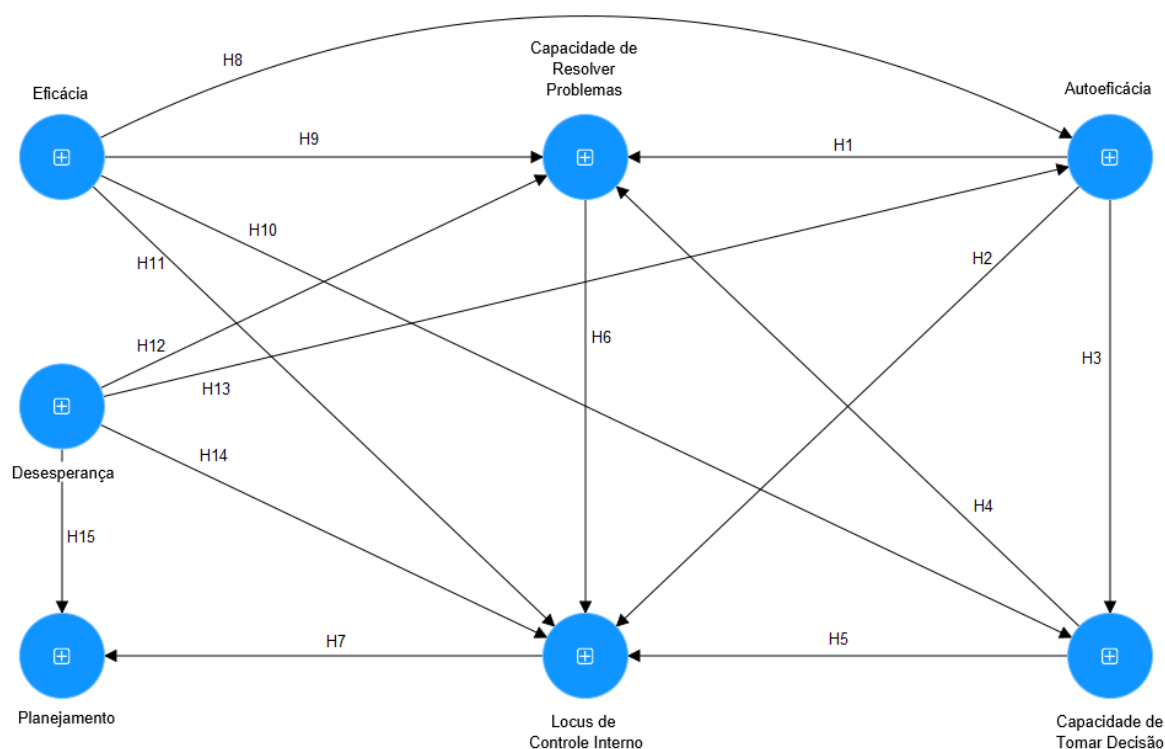
Para a verificação de evidências de validade da escala de agência pessoal, seguiram-se as prerrogativas da Modelagem de Equações Estruturais (MEE). Na primeira etapa realiza-se a especificação do modelo estrutural, a qual demonstra as relações existentes entre as dimensões analisadas da Escala de Agência Pessoal, Escala Beck de Desesperança e Nova Escala Geral de Autoeficácia. Se analisaram as especificações do modelo de mensuração, que possibilitam

avaliar o relacionamento entre as variáveis observadas (itens dos instrumentos) e as variáveis latentes (dimensões) (Hair et al., 2017).

Utilizou-se o algoritmo *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) para estimar o modelo. Para isso, é requerido o desenvolvimento do modelo de caminhos, pois possibilita visualizar as conexões e relações entre as dimensões (Hair et al., 2017), que podem ser endógenas ou exógenas. As dimensões exógenas são consideradas variáveis independentes e não possuem uma seta apontando para si, enquanto as dimensões endógenas podem ser explicadas a partir das dimensões exógenas. As hipóteses da pesquisa podem ser observadas a partir do modelo de caminho entre as dimensões investigadas, como ilustrado na Figura 9.

Figura 9

Modelo de caminho Inicial da Escala Proposta



Fonte: software SmartPLS® v. 4.0.8.5 (Ringle et al., 2022).

O modelo de mensuração exposto na Figura 9 é composto por 15 coeficientes estruturais (β 's), que representam a conexão das dimensões. As hipóteses da pesquisa foram comparadas pelos sexos para analisar a invariância do modelo.

6.3.2 Avaliação do modelo de mensuração

O modelo proposto apresentou estabilidade após onze interações. Para a avaliação dos critérios de ajuste do modelo PLS-SEM utilizou-se: *Standardized Root Mean Square residuals* (SRMR), *Squared Euclidean Distance* (d_{ULS}), *Geodesic Distance* (d_G) e *Normed Fit Index* (NFI). Dentre os valores necessários para atender a tais critérios tem-se que o SRMR deve ser inferior ao valor de .08, e o valor do NFI deve ser superior a .8 (Henseler et al., 2015; Henseler et al., 2016). A partir de tais parâmetros, os resultados obtidos inferem que o modelo estrutural sugerido apresenta bom ajuste em relação aos dados, apresentando valores aceitáveis que atendem aos requisitos (SRMR = .047; d_{ULS} = 3.279; d_G = 2.29, NFI = .862). Desse modo, tais índices apontam que o modelo estrutural é satisfatório.

Para avaliar do modelo de mensuração utilizaram-se três indicadores: o Alfa de Cronbach (α), a Confiabilidade composta (ρ_c), a Validade Convergente por meio da AVE. Esses indicadores foram utilizados em função de que as variáveis latentes reflexivas do modelo precisam de ser avaliadas a partir de métodos estatísticos que consideram a carga fatorial, a confiabilidade da consistência interna, a validade convergente e a validade discriminante. A confiabilidade composta e a AVE apresentam indícios sobre a qualidade de uma medida (Valentini & Damásio, 2016). Se esperou que as variáveis utilizadas apresentassem cargas fatoriais superiores a .6 (Henseler et al., 2009). Nesse processo, os critérios esperados para o atendimento de tais pressuposições é de que os valores de Alfa de Cronbach (α) e da Confiabilidade Composta (ρ_c) estejam entre $.7 < \alpha < .95$ e (Field, 2009; Hair et al., 2009; Hair et al., 2014. Hair et al., 2017) e que os valores da AVE sejam superiores a $AVE > .5$ (Hair et al., 2017; Henseler et al., 2009), conforme demonstrado na Tabela 19.

Tabela 19

Carga fatorial, alfa de cronbach, confiabilidade composta e AVE do modelo proposto

Dimensões	Carga Fatorial	Alfa de Cronbach	Confiabilidade composta	AVE
Autoeficácia (AUT)		.75	.833	.502
AUTEFI_01	.656			
AUTEFI_02	.805			
AUTEFI_03	.618			
AUTEFI_04	.694			
AUTEFI_05	.754			
Capacidade de Resolver Problemas (CRP)		.832	.878	.546

RESPRO_01	.676			
RESPRO_02	.779			
RESPRO_03	.753			
RESPRO_04	.816			
RESPRO_05	.711			
RESPRO_06	.686			
Capacidade de Tomar Decisões (CTD)		.798	.861	.557
TOMDEC_01	.631			
TOMDEC_02	.816			
TOMDEC_03	.798			
TOMDEC_04	.813			
TOMDEC_05	.65			
Desesperança (DES)		.996	.996	.926
DESESP_01	.952			
DESESP_02	.986			
DESESP_03	.948			
DESESP_04	.941			
DESESP_05	.946			
DESESP_06	.985			
DESESP_07	.935			
DESESP_08	.943			
DESESP_09	.98			
DESESP_10	.961			
DESESP_11	.96			
DESESP_12	.979			
DESESP_13	.946			
DESESP_14	.94			
DESESP_15	.968			
DESESP_16	.986			
DESESP_17	.983			
DESESP_18	.944			
DESESP_19	.971			
DESESP_20	.986			
Autoeficácia Geral (EFI)		.896	.92	.659
EFIC_01	.685			
EFIC_02	.851			
EFIC_03	.847			
EFIC_04	.859			
EFIC_05	.826			
EFIC_06	.79			
Locus de Controle Interno (LCI)		.841	.883	.558
CONT_01	.772			
CONT_02	.673			
CONT_03	.738			
CONT_04	.75			
CONT_05	.819			
CONT_06	.723			
Planejamento (PLA)		.834	.879	.549

PLAN_01	.655
PLAN_02	.735
PLAN_03	.788
PLAN_04	.68
PLAN_05	.768
PLAN_06	.806

Fonte: dados da pesquisa (2023).

Os dados da Tabela 20 sugerem que as cargas fatoriais identificadas apresentam valores satisfatórios (acima de .6), assim como os valores de Alfa de Cronbach (acima de .75). Por meio da Confiabilidade Composta pode-se verificar a ausência de vieses nos construtos e que as respostas são confiáveis (Hair et al., 2014). A partir dos resultados, os dados apresentam índices ajustados ao se considerar esse critério, já que todos os valores são superiores a .83. A AVE, por sua vez, possibilita verificar a validade convergente do modelo (Ringle et al., 2014). Na Tabela 20 pode ser observado que os valores correspondentes a AVE do modelo apresenta índices adequados (Hair et al., 2017).

Para a verificação da validade discriminante utilizou-se o critério Fornell-Larcker (Fornell & Larcker, 1981) e *Heterotrait Homotrait Ratio* (HTMT) (Jiirekog & Siirbom, 1987). Tais medidas são as mais utilizadas para a avaliação da validade discriminante (Henseler et al., 2015) e possibilitam avaliar a evidência das relações entre as dimensões, assim como verificar a existência de uma validade adequada e avaliar a multicolinearidade entre as dimensões. No critério Fornell-Larcker deve-se comparar as raízes quadradas dos valores das AVEs com as correlações entre os fatores, em que as raízes quadradas das AVEs das dimensões devem ter valores maiores do que as correlações entre os construtos e dimensões (Fornell & Larcker, 1981; Henseler et al., 2016). O critério HTMT – que foi confirmado pelo método *bootstrapping* – possibilita maior rigor na identificação de possíveis indiscriminações presentes entre variáveis latentes (Hamid et al., 2017). Os valores indicados devem ser menores que 1 (Hair et al., 2017; Ringle et al., 2023). Os resultados podem ser observados na Tabela 20.

Tabela 20

Análise da validade discriminante pelo critério Fornell-Larcker e valores do HTMT

Dimensões	$\sqrt{VME}$	Matriz de Correlação de Pearson						
		AUT	CRP	CTD	DES	EFI	LCI	PLA
AUT	.708	1.000						
CRP	.739	.557	1.000					
CTD	.746	.485	.702	1.000				
DES	.962	-.062	-.044	.012	1.000			
EFI	.812	.561	.449	.378	.039	1.000		
LCI	.747	.607	.465	.504	.002	.508	1.000	
PLA	.741	.446	.242	.312	-.046	.37	.586	1.000
LS (HTMT) ^{97,5%}								
CRP		.747						
CTD		.671	.906					
DES		.125	.096	.101				
EFI		.735	.562	.49	.109			
LCI		.824	.613	.662	.086	.64		
PLA		.609	.35	.438	.105	.475	.735	

Fonte: software SmartPLS® v. 4.0.8.5 (Ringle et al., 2022).

Com base na Tabela 20 observa-se que os valores da raiz quadrada das AVEs são superiores aos valores das correlações entre as dimensões. Desse modo, o modelo está de acordo com o critério Fornell-Larcker. Cabe observar que o valor da correlação entre CRP e CTD ($r = .702$) é próximo ao valor da raiz quadrada das AVEs de AUT (.708), mas que ainda assim é superior. Desse modo, os dados refletem que há independência entre as dimensões (Hair et al., 2017). Para a técnica do HTMT, os valores dos limites superiores do HTMT para 95% de confiança, determinados por *bootstrapping* utilizando 5.000 subamostras, foram inferiores a 1.0, o que infere que as variáveis latentes estão medindo apenas os traços que se propõem a medir de modo específico (Hair et al., 2017; Ringle et al., 2023). A partir disso, é possível afirmar que há evidências de validade discriminante entre os construtos analisados.

6.3.3 Avaliação da invariância do modelo

Executou-se a análise multigrupo (MGA) pela modelagem de equações estruturais (SEM), que se trata de uma técnica estatística que possibilita comparar os coeficientes estruturais entre grupos (Cheah et al., 2023). Foi utilizado o Método de Henseler (não paramétrico) e teste das Permutações para comparar os coeficientes estruturais entre gêneros

(Klesel et al., 2019; Cheah et al., 2023). Os resultados do MGA foram apresentados na Tabela 21.

Tabela 21

Resultados da análise multigrupo: (F) Feminino versus Masculino (M) (H16)

Hipóteses / Relação de Caminho		Coefficientes de Caminho (F - M)	Teste de Henseler	Teste das Permutações
H1	AUT → CRP	.025	.69	.695
H2	AUT → LCI	.055	.385	.387
H3	AUT → CTD	.038	.527	.574
H4	CTD → CRP	-.044	.373	.476
H5	CTD → LCI	-.061	.351	.484
H6	CRP → LCI	.1	.181	.232
H7	LCI → PLA	-.053	.205	.209
H8	EFI → AUT	-.007	.915	.919
H9	EFI → CRP	.052	.325	.421
H10	EFI → CTD	-.027	.675	.692
H11	EFI → LCI	-.061	.345	.467
H12	DES → CRP	-.039	.392	.395
H13	DES → AUT	-.043	.485	.492
H14	DES → LCI	-.019	.656	.759
H15	DES → PLA	-.01	.861	.876

Fonte: software SmartPLS® v. 4.0.8.5 (Ringle et al., 2022).

Observou-se na Tabela 21 que não houve diferença entre os sexos, utilizando ambos os testes de comparação de grupos. Portanto o modelo apresenta invariância ($p > .05$) e pode ser analisado com ambos os sexos em conjunto.

6.3.4 Avaliação do Modelo Estrutural

Para a etapa final de avaliação do modelo estrutural a partir dos critérios de Hair et al. (2017) algumas verificações são necessárias, tais como: a multicolinearidade entre as dimensões exógenas e preditoras do modelo estrutural com uso do Fator de Inflação de Variância (*Variance Inflation Factor*; VIF), que devem ser inferiores a 5 (Hair et al., 2017); o nível de significância do coeficiente de determinação R^2 confirmado pelo método *bootstrapping*, o qual determina a intensidade dos efeitos dos coeficientes de caminho e visa avaliar a porção da variância das variáveis endógenas (Cohen, 1988), em que considera-se valores de .02 como fraca, .15 como moderada e .35 como forte ($p < .05$) (Hair et al., 2014); e a relevância preditiva (Q^2), que visa medir a precisão do modelo ajustado, em que espera-se $Q^2 > 0$ (Hair et al., 2014). Os valores dos coeficientes são apresentados na Tabela 22.

Tabela 22*Valores de VIF, R² e Q² para as dimensões do modelo*

Dimensões Exógenas	Dimensões Preditivas				
	AUT	CRP	CTD	LCI	PLA
AUT		1.692	1.46	1.8	
CRP				2.408	
CTD		1.338		2.132	
DES	1.002	1.013		1.017	1
EFI	1.002	1.502	1.46	1.533	
LCI					1
R ² (p – valor)	.322 (0.000)	.585 (0.000)	.252 (0.000)	.549 (0.000)	.345 (0.000)
Q ²	.315	.200	.138	.253	.132

Fonte: software SmartPLS® v. 4.0.8.5 (Ringle et al., 2022).

Os valores de VIF mencionados na Tabela 22 são inferiores a 5, o que sugere não haver problemas de multicolinearidade no modelo. No tocante aos demais coeficientes de explicação das dimensões preditivas, observaram-se valores com forte efeito em relação ao nível de significância ($R^2 > .19$) e relevância preditiva com grau moderado - CRP, CTD e PLA ($.075 < Q^2 \leq .25$) - e forte - AUT e LCI ($Q > .25$). Todos os valores de Q^2 são superiores a zero, o que indica que o modelo é relevante e que está bem ajustado (Hair et al., 2014; Henseler et al., 2009; Lopes et al., 2020). Para a confirmação das hipóteses pelo teste *t* de Student determinado pelo método *bootstrapping* é necessário que os valores sejam superiores a 1.96 ($p < .05$) (Hair et al., 2014). Os valores decorrentes da avaliação da significância dos coeficientes do Modelo Estrutural estão mencionados na Tabela 23.

Tabela 23*Resultados dos efeitos diretos entre as dimensões da escala*

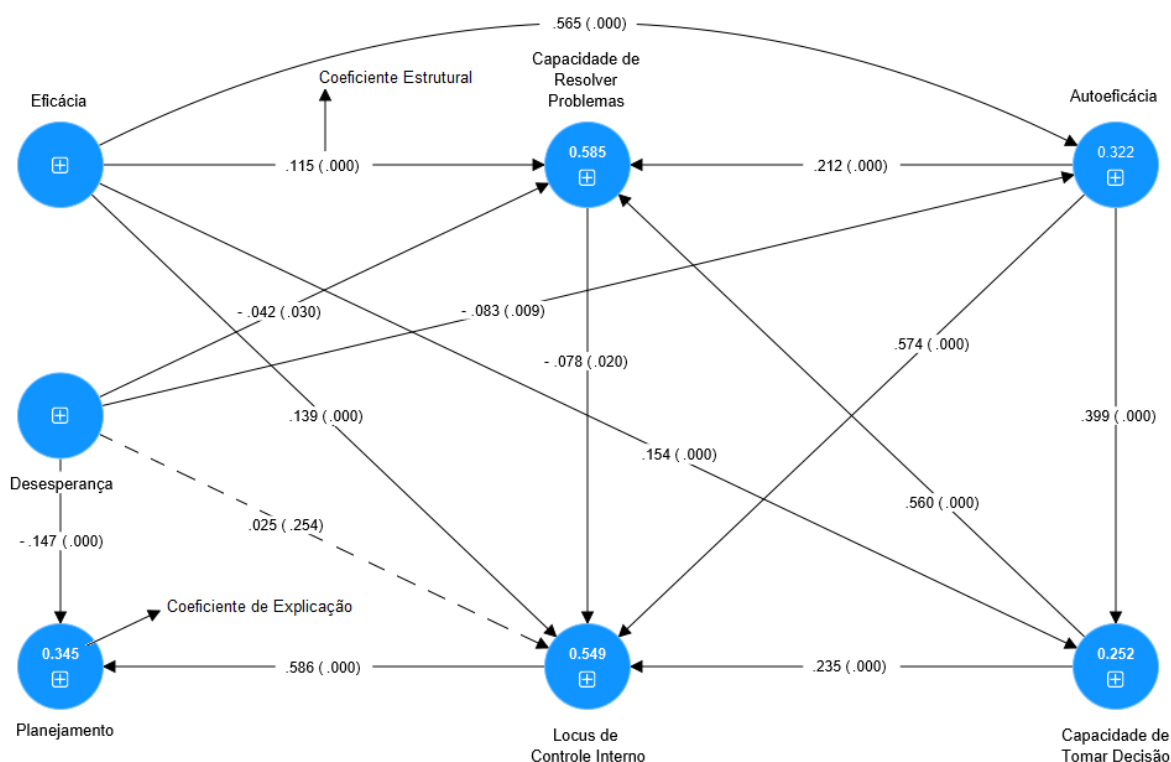
Hipóteses / Relação de Caminho	Coefficientes de Caminho (β)	Desvio Padrão	Teste t	p-valor
H1 AUT → CRP	.212	.029	7.407	0.000
H2 AUT → LCI	.56	.028	20.092	0.000
H3 AUT → CTD	.399	.028	14.224	0.000
H4 CTD → CRP	.574	.023	24.853	0.000
H5 CTD → LCI	.235	.03	7.733	0.000
H6 CRP → LCI	-.078	.034	2.326	0.020
H7 LCI → PLA	.586	.02	29.266	0.000
H8 EFI → AUT	.565	.027	20.964	0.000
H9 EFI → CRP	.115	.024	4.867	0.000
H10 EFI → CTD	.154	.03	5.151	0.000
H11 EFI → LCI	.139	.029	4.795	0.000
H12 DES → CRP	-.042	.019	2.167	0.030
H13 DES → AUT	-.083	.032	2.6	0.009
H14 DES → LCI	.025	.022	1.14	0.254
H15 DES → PLA	-.147	.028	5.265	0.000

Fonte: software SmartPLS® v. 4.0.8.5 (Ringle et al., 2022).

O diagrama de caminhos final para as equações estruturais realizada na pesquisa está ilustrado na Figura 10, contemplando os valores de beta e suas significâncias e os coeficientes de explicação das variáveis preditivas.

Figura 10

Modelo de caminho final



Fonte: Software SmartPLS® v. 4.0.8.5 (Ringle et al., 2022).

Com base nos resultados observa-se que todas as hipóteses foram confirmadas, exceto a H₁₄, (a desesperança precede o *Locus* de Controle Interno) e a H_{16a-p} (as hipóteses propostas apresentam resultados diferentes entre os sexos).

6.4 Discussão

Com base nos resultados obtidos, o modelo estrutural proposto é sustentado, em que quatorze das dezesseis hipóteses foram confirmadas. Por meio da análise multigrupo e invariância do modelo, observou-se que hipóteses propostas não apresentam resultados diferentes entre os sexos, refutando a H_{16a-p}. Logo, não foram identificadas diferenças nos

resultados a depender do sexo do participante, o que indica que as relações entre as dimensões da escala de autoeficácia são equivalentes entre pessoas do sexo masculino e feminino. Tais achados vão na direção oposta da teoria sobre agência pessoal descrita no Estudo 1 que discute sobre sexo, gênero e a influência na agência e comunalidade.

Essa perspectiva teórica se baseia na noção de representação de papéis sociais e estereótipos de homens e mulheres. Mesmo que seja salientada a interrelação, os traços agênticos estariam ligados ao masculino, enquanto os traços de comunalidade seriam relacionados ao feminino. A partir dessa perspectiva, a agência está relacionada à determinação, competência individualidade, ambição, dominância entre outros, e a ideia de comunalidade é relacionada ao coletivismo, moralidade, cooperação, funcionamento social e investimento parental (Abele, 2003; Abele & Wojciszke, 2007). Desse modo, os achados vão em direção oposta a essa perspectiva teórica, já que fica evidenciado que tais diferenciações não são visualizadas a partir de análises de dados empíricos.

Os achados da pesquisa apontam que a autoeficácia precede diversos outros fatores da agência pessoal, tanto a partir da escala de autoeficácia geral (Balsan et al., 2020), como a partir dos itens do fator autoeficácia. A centralidade do construto para a agência pessoal já era mencionada por Bandura (1987, 2001) e observou-se que autoeficácia (fator) precede a capacidade de resolver problemas (H_1), o *locus* de controle interno (H_2), a capacidade de tomar decisões (H_3), assim como a autoeficácia geral precede a autoeficácia (fator) (H_8), a capacidade de resolver problemas (H_9), a capacidade de tomar decisões (H_{10}) e o *locus* de controle interno (H_{11}).

A partir disso, corrobora-se que o quanto o sujeito confia em sua competência influencia no repertório frente a diferentes situações, inclusive na manutenção do curso de ação desejado, com maior estabilidade de planejamento (Vallacher & Wegner, 1989). Quaisquer aspectos que possam atuar como motivadores para os comportamentos, necessariamente estão relacionados com crenças de que é possível e de que se é capaz de produzir os efeitos desejados. Isso se dá porque as crenças de eficácia tendem a impactar na adaptação e em processos de mudança devido a seu impacto em outros determinantes da situação. Isso faz com que o desempenho seja aumentado, assim como com a diminuição de eventos estressantes e negativos (Bandura, 1997, 2001).

A capacidade de tomar decisões -fator do construto agência pessoal - indicou preceder a capacidade de resolver problemas (H_4) e o *locus* de controle interno (H_5). As pessoas exercem influência nas diferentes circunstâncias de vida e suas respectivas consequências já eram enfatizadas por Kabeer (1999) e Bandura (2006), que salientavam que as pessoas são

cocriadoras desses eventos a partir dos comportamentos manifestados por sua vontade, ou seja, pela tomada de decisão a partir da avaliação dos elementos atrelados a uma situação. Essa liberdade para realizar as suas escolhas e em agir em consequência delas é fundamental para a capacidade de agência, já que os sujeitos agentes são os responsáveis por suas decisões (Sen, 1985).

Nesse processo de tomada de decisões, observa-se a importância de deliberação cognitiva frente aos diferentes fatores atrelados às situações, que inclui a capacidade de resolução dos problemas. Desse modo, observou-se que a Capacidade de Resolver Problemas precede o *Locus* de Controle Interno (H₆). A partir disso, enfatiza-se a capacidade de construir hipóteses, refletir e testar a nível cognitivo os possíveis resultados das ações, a fim de uma tentativa de prever a ocorrência e consequência dos eventos, o que é fundamental para tomada de decisões assertivas (Bandura, 2001; Carlson, 1997).

O *Locus* de Controle Interno indicou preceder o Planejamento (H₇). Nesse aspecto, já era sabido que altos níveis de agência pessoal tendem a estar relacionados a um maior controle situacional, tendo como foco o direcionamento aos objetivos pessoais. Desse modo, essa menor percepção de controle parece estar relacionada com pouca noção das possíveis implicações das próprias ações, o que representa baixa capacidade de manter o comportamento planejado e agir por impulso, sem a manutenção da estabilidade das próprias ações. A agência e *locus* de controle interno tendem a estar relacionados a menor frequência de comportamentos impulsivos e inconsistentes ao longo do tempo (Vallacher & Wegner, 1989). As crenças de que é possível exercer certo controle sobre seu próprio funcionamento e sobre diferentes eventos já era apontada como uma característica fundamental na conceitualização de agência para Bandura (1997), ainda que isso possa acarretar responsabilidades, estressores e riscos (Bandura, 2001).

Logo, o modo como as pessoas realizam atividades sobre as quais podem exercer controle pessoal para que seja possível a realização de seus objetivos perpassa a intencionalidade que também permeia tais decisões (Bandura, 2001). Cauce e Gordon (2012) rememoram o ditado popular que diz que se você precisa que algo seja feito, deve-se pedir a uma pessoa ocupada, referindo que inteligência, talento e capacidade não são suficientes para a execução ou sucesso de uma ação. Pelo contrário, o que parece ser substancial para tal sucesso é a crença de que é “eu posso fazer acontecer”. Logo, o *locus* de controle interno é fundamental para que as tarefas e objetivos sejam colocados em prática.

Os dados sugeriram que a Desesperança precede a Capacidade de Resolver Problemas (H₁₂), a Autoeficácia (H₁₃), o *Locus* de Controle Interno (H₁₄) e o Planejamento (H₁₅). Bandura (1986) já apontava que as pessoas podem ter sentimentos desagradáveis quando se percebem

incapazes de gerenciar eventos aversivos, em que a ineficácia frente a essas situações pode ser angustiante e deprimente. Altos níveis de recursos de enfrentamento e baixos níveis de sofrimento ou desordem já eram apontados como associados positivamente à agência pessoal. Isso reforça que é possível que pessoas com tais características experienciam menos situações negativas passíveis de controle em função da sua capacidade de resolver problemas e de realização de ações planejadas (Thoits, 2006).

6.5 Conclusão

A escala de agência pessoal desenvolvida já apresentava evidências de validade de estrutura interna e confiabilidade, a partir dos dados apresentados no estudo 4. Com base nos achados dessa pesquisa, a escala evidencia apresentar evidências de validade convergente e divergente. Desse modo, há a corroboração de que o instrumento é válido para a mensuração da capacidade de agência pessoal em adultos, especialmente os envolvidos em atividades laborais, remuneradas ou não. Com base nesses achados, o objetivo de buscar evidências de validade convergente e divergente do instrumento para mensuração de agência pessoal em trabalhadores foi atendido.

Desse modo, a partir do trabalho de tese, o instrumento para mensuração da capacidade de agência pessoal apresenta evidências de validade semântica, de conteúdo, de estrutura interna, com construtos análogos e divergentes. Tais dados demonstram que o instrumento atendeu aos principais critérios de qualidade exigidos pela lista de verificação COSMIN (*COnsensus-based Standards for the selection of health status Measurement INstruments*), ferramenta que auxilia na avaliação da qualidade metodológica acerca das propriedades de medição dos instrumentos (Mokkink et al., 2010), utilizada no estudo 2 (Gai et al., 2023).

Dentre os critérios sugeridos por Mokkink et al. (2010), atendeu-se à apresentação da consistência interna, teste de hipóteses, validade de conteúdo, validade de estrutura interna, validade convergente e validade divergente. Ainda é necessário a busca das informações quanto ao erro de medição e capacidade de resposta. No caso da validade de construto, compreende-se que esta será obtida por meio do acúmulo de evidências de validade do instrumento, apesar de em muitos casos ser confundida com validade de estrutura interna. A busca por evidências de validade de critério ainda não foi realizada, especialmente pela dificuldade no estabelecimento de quais são os critérios que poderiam ser utilizados para a obtenção desses dados. Com base nisso, configura-se como sugestão para estudos futuros a verificação a partir de um grupo contraste com pessoas em situação de desemprego.

Essa pesquisa auxiliou na busca por redução das lacunas teóricas e metodológicas atreladas ao conceito de agência pessoal mencionadas nos estudos 1 e 2. A carência de métodos de investigação do construto com propriedades estatísticas robustas prejudica o avanço das pesquisas a nível empírico, mas também teórico, já que dificulta a verificação de como a compreensão conceitual previamente elaborada se manifesta na realidade. Desse modo, é possível que haja avanços nas pesquisas sobre agência pessoal a partir de futuras verificações e complementações devido à maturação conceitual advinda de novos dados teóricos e empíricos.

No contexto brasileiro – e no idioma português – não haviam sido identificados instrumentos com verificação das propriedades psicométricas, tampouco com evidências de validade a partir de verificações estatísticas. O único instrumento identificado por Gai et al. (2023) foi o de Fontes et al. (2010), que se restringiu à validação semântica e apresentação do alfa de Cronbach. Desse modo, obteve-se como produto do trabalho de tese um instrumento construído com diferentes tipos de evidências de validade que pode ser utilizado no contexto brasileiro, que pode passar por adaptação transcultural para países com o mesmo idioma, mas também traduzido e adaptado para outras línguas.

Como limitações do estudo, observa-se que a maior parte da amostra de participantes da pesquisa respondeu ao instrumento de agência pessoal e de autoeficácia, com uma parcela inferior que respondeu ao instrumento de desesperança – ou seja, que respondeu aos três instrumentos utilizados. Isso sugere a necessidade de ampliação dos dados amostrais para acúmulo de evidências de validade divergente e de outros tipos de evidências de validade, a fim da corroboração da qualidade do instrumento.

Referências

- Abele, A. E. (2003). The dynamics of masculine-agentic and feminine-communal traits: Findings from a prospective study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(4), 768–776. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.4.768>
- Abele, A. E., & Wojciszke, B. (2007). Agency and communion from the perspective of self versus others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(5), 751–763. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.93.5.751>.
- Abele, A. E., & Wojciszke, B. (2014). Communal and Agentic Content in Social Cognition. *Advances in Experimental Social Psychology*, 50, 195–255. <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-800284-1.00004-7>
- Abele, A. E., Uchrowski, M., Suitner, C., & Wojciszke, B. (2008). Towards an operationalization of the fundamental dimensions of agency and communion: Trait content ratings in five countries considering valence and frequency of word occurrence. *European Journal of Social Psychology*, 38, 1202–1217. <https://doi.org/10.1002/ejsp.575>
- Alkire, S. (2005). Subjective quantitative studies of human agency. *Social indicators research*, 74(1), 217-260. <https://doi.org/10.1007/s11205-005-6525-0>
- Arendt, H. (1971). Thinking and moral considerations: A lecture. *Social Research*, 417-446. Recuperado de <https://jonudell.net/h/arendt.pdf>
- Bakan, D. (1966). *The duality of human existence: An essay on psychology and religion*. Rand McNally.
- Baker, C. W., Little, T. D., & Brownell, K. D. (2003). Predicting adolescent eating and activity behaviors: the role of social norms and personal agency. *Health Psychology*, 22(2), 189. <https://doi.org/10.1037/0278-6133.22.2.189>
- Balsan, L. A. G., Carneiro, L. L., Bastos, A. V. B., & Costa, V. M. F. (2020). Adaptação e Validação da Nova Escala Geral de Autoeficácia. *Avaliação Psicológica*, 19(4), 409-419. <https://dx.doi.org/10.15689/ap.2020.1904.16654.07>
- Bandeira, D. R., & Hutz, C. S. (2019). *Elaboração ou adaptação de instrumentos de avaliação psicológica para o contexto organizacional e do trabalho: cuidados psicométricos*. In Hutz, C. S., Bandeira, D. R., Trentini, C. M., & Vasquez, A. C. S. (Orgs). *Avaliação Psicológica no Contexto Organizacional e do Trabalho* (p. 13-18). Porto Alegre: ArtMed.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall, Inc.

- Bandura, A. (1989). Human agency in social cognitive theory. *American psychologist*, 44(9), 1175-1184. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.44.9.1175>
- Bandura, A. (1991). *Self-regulation of motivation through anticipatory and self-reactive mechanisms*. In R. A. Dienstbier (Ed.), *Perspectives on motivation: Nebraska symposium on motivation* (v. 38, p. 69-164). Lincoln: University of Nebraska Press.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman
- Bandura, A. (2000). Self-efficacy: The foundation of agency, In: Flammer, A., Perrig, W. J., & Grob, A. (Eds.). *Control of Human Behavior, Mental Processes, and Consciousness: Essays in Honor of the 60th Birthday of August Flammer*. Psychology Press.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual review of psychology*, 52(1), 1-26. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.1>
- Bandura, A. (2006). Toward a psychology of human agency. *Perspectives on psychological science*, 1(2), 164–180. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6916.2006.00011.x>
- Bandura, A. (2008). A evolução da teoria social cognitiva. In: Polydoro, S. et al. *Teoria social cognitiva: conceitos básicos*. Porto Alegre: Artmed, p. 15-41.
- Bandura, A. (2015). On deconstructing commentaries regarding alternative theories of personality. *Journal of Management*, 41(4), 1025-1044
- Bandura, A. (2018). Toward a psychology of human agency: Pathways and reflections. *Perspectives on Psychological Science*, 13(2), 130-136. <https://doi.org/10.1177/1745691617699280>
- Bandura, A., & Wood, R. (1989). Effect of perceived controllability and performance standards on self-regulation of complex decision making. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(5), 805–814. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.56.5.805>
- Bauman, Z. (2000). Sociological Enlightenment - For Whom, About What? *Theory, Culture & Society*, 17(2), 71–82. <https://doi.org/10.1177/02632760022051112>
- Bauman, Z. (2011). On the outcast generation. *Social Europe Journal*, 17(01), 2011. Recuperado de https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/resources/docs/16_658-europeiii-jan17-a4.pdf
- Bazzani, G. (2023). Agency as conversion process. *Theory and Society*, 52(3), 487-507. <https://doi.org/10.1007/s11186-022-09487-z>
- Beaton, D. E., Bombardier, C., Guillemin, F., & Ferraz, M. B. (2000). Guidelines for the process of cross-cultural adaptation of self-report measures. *Spine*, 25(24), 3186-3191. <https://doi.org/10.1097/00007632-200012150-00014>

- Beck, A. T., Rush, A. J., Shaw, B. F., & Emery, G. (1997). *Terapia cognitiva da depressão* (S. Costa, trad.). Porto Alegre: Artes Médicas.
- Beck, A. T., Weissman, A., Lester, D., & Trexler, L. (1974). The measurement of pessimism: the hopelessness scale. *J. Consult. Clin Psych.* 42, 861. <https://doi.org/10.1037/h0037562>
- Bem, S. L. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42(2), 155-162. <https://doi.org/10.1037/h0036215>
- Bentler, P. M. (1990). *Comparative fit indexes in structural models*. *Psychological Bulletin*, 107(2), 238–246. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.2.238>
- Besta, T., Mattingly, B., & Błazek, M. (2015). When membership gives strength to act: Inclusion of the group into the self and feeling of personal agency. *The Journal of Social Psychology*, 156(1), 56-73. <https://doi.org/10.1080/00224545.2015.1053838>
- Betz, N. E., & Hackett, G. (1987). Concept of agency in educational and career development. *Journal of Counseling Psychology*, 34(3), 299–308. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.34.3.299>
- Billett, S. (2008). Learning throughout working life: A relational interdependence between personal and social agency. *British Journal of educational studies*, 56(1), 39-58. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8527.2007.00394.x>
- Borsa, J. C., Damásio, B. F., & Bandeira, D. R. (2012). Adaptação e validação de instrumentos psicológicos entre culturas: algumas considerações. *Paidéia* (Ribeirão Preto), 22(53), 423-432. <https://doi.org/10.1590/S0103-863X2012000300014>
- Bosak, J., Sczesny, S., & Eagly, A. H. (2008). Communion and agency judgments of women and men as a function of role information and response format. *European journal of social psychology*, 38(7), 1148-1155. <https://doi.org/10.1002/ejsp.538>
- Brasil (2012). *Resolução nº 466/2012*. Conselho Nacional da Saúde. Recuperado de https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/cns/2013/res0466_12_12_2012.html
- Brasil (2016). *Resolução nº 510/2016*. Conselho Nacional da Saúde. Recuperado de <http://conselho.saude.gov.br/resolucoes/2016/Reso510.pdf>.
- Campbell, W. K., Bosson, J. K., Goheen, T. W., Lakey, C. E., & Kernis, M. H. (2007). Do narcissists dislike themselves ‘deep down inside?’. *Psychological Science*, 18(3), 227–229. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-9280.2007.01880.x>
- Carlson, R. A. (1997). *Experienced Cognition*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Cauce, A. M., & Gordon, E. W. (2012). Toward the measurement of human agency and the disposition to express it. Gordon commission on the future of educational assessment, Princeton, *Educational Testing Service*. Recuperado de:

https://www.ets.org/Media/Research/pdf/cauce_gordon_measurement_human_agency.pdf

- Cheah, J. H., Amaro, S., & Roldán, J. L. (2023). Multigroup analysis of more than two groups in PLS-SEM: A review, illustration, and recommendations. *Journal of Business Research*, 156, 113539. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113539>
- Chen, G., Gully, S. M., & Eden, D. (2001). Validation of a new general self-efficacy scale. *Organizational Research Methods*, 4(1), 62-83. <https://doi.org/10.1177/109442810141004>
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. 2. ed. New York: Psychology Press.
- Coluci, M. Z. O., Alexandre, N. M. C., & Milani, D. (2015). Construção de instrumentos de medida na área da saúde. *Ciência & Saúde Coletiva*, 20(3), 925-936. <https://doi.org/10.1590/1413-81232015203.04332013>
- Connolly, W. E. (1993). Beyond good and evil: The ethical sensibility of Michel Foucault. *Political Theory*, 21(3), 365-389. <https://doi.org/10.1177/0090591793021003002>
- Côté, I. M., Darling, E. S., & Brown, C. J. (2016). Interactions among ecosystem stressors and their importance in conservation. *Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences*, 283(1824), 20152592. <https://doi.org/10.1098/rspb.2015.2592>
- Côté, J. E. (1997). An empirical test of the identity capital model. *Journal of adolescence*, 20(5), 577-597. <https://doi.org/10.1006/jado.1997.0111>
- Cunha, J. A. (2001). Manual da versão em português das Escalas Beck. São Paulo: Casa do Psicólogo.
- Lopes, L. F. D., Chaves, B. M., Fabrício, A., Porto, A., Almeida, D. M., Obregon, S. L., Lima, M. P., Silva, W. V., Camargo, M. E., Veiga, C. P., Moura, G. L., Silva, L. S. C. V. & Costa, V. M. F. (2020). Analysis of well-being and anxiety among university students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(11), 3874. <https://doi.org/10.3390/ijerph17113874>
- Diener, E. (2012). New findings and future directions for subjective well-being research. *American psychologist*, 67(8), 590. <https://doi.org/10.1037/a0029541>
- Diener, E., & Tov, W. (2011). National Accounts of Well-Being. In K. C. Land, A. C. Michalos, & M. J. Sirgy (Eds.) *Handbook of Social Indicators and Quality of Life Research*, 137–157, New York, NY: Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-007-2421-1_7
- Dimaggio, G., Nicolò, G., Fiore, D., Centenero, E., Semerari, A., Carcione, A., & Pedone, R. (2008). States of minds in narcissistic personality disorder: Three psychotherapies analyzed

- using the grid of problematic states. *Psychotherapy Research*, 18(4), 466–480. <https://doi.org/10.1080/10503300701881877>
- Dimaggio, G., Semerari, A., Falcone, M., Nicolò, G., Carcione, A., & Procacci, M. (2002). Metacognition, states of mind, cognitive biases, and interpersonal cycles: Proposal for an integrated narcissism model. *Journal of Psychotherapy Integration*, 12(4), 421–451. <https://doi.org/10.1037/1053-0479.12.4.421>
- Doolen, J. (2017). Meta-Analysis, systematic, and integrative reviews: an overview. *Clinical Simulation in Nursing*, 13(1), 28-30. <https://doi.org/10.1016/j.ecns.2016.10.003>
- Dressler, W. W., Balieiro, M. C., & dos Santos, J. E. (2019). Agência, consonância cultural e sintomas depressivos: um exemplo brasileiro. *Ethos*, 47(2), 148-167. <https://doi.org/10.1111/etho.12238>
- Elder Jr., G. H. E. (1994). Time, Human Agency, and Social Change: Perspectives on the Life Course. *Social Psychology Quarterly*, 57(1), 4. <https://doi.org/10.2307/2786971>
- Elder Jr., G. H. E. (1998). The life course as developmental theory. *Child development*, 69(1), 1-12. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8624.1998.tb06128.x>
- Elder, G. H., Eccles, J. S., Ardelet, M., & Lord, S. (1995). Inner-City Parents Under Economic Pressure: Perspectives on the Strategies of Parenting. *Journal of Marriage and the Family*, 57(3), 771. <https://doi.org/10.2307/353931>
- Emirbayer, M., & Mische, A. (1998). What is agency?. *American journal of sociology*, 103(4), 962-1023. <https://doi.org/10.1086/231294>
- Field, A. (2009). *Descobrimos a estatística usando o SPSS-5*. Penso Editora.
- Fleiss, J. L. (1971). Measuring nominal scale agreement among many raters. *Psychological bulletin*, 76(5), 378-382. <https://doi.org/10.1037/h0031619>
- Fontes, A. P., Neri, A. L., & Yassuda, M. S. (2010). Enfrentamento de estresse no trabalho: relações entre idade, experiência, autoeficácia e agência. *Psicologia: ciência e profissão*, 30(3), 620-633. <https://doi.org/10.1590/S1414-98932010000300013>
- Ford, M. E., & Thompson, R. A. (1985). Perceptions of personal agency and infant attachment: Toward a life-span perspective on competence development. *International Journal of Behavioral Development*, 8(4), 377-406. <https://doi.org/10.1177/016502548500800402>
- Ford, M. E., & Chase, C. (1991). *Manual: Assessment of Personal Agency Beliefs*. Stanford, CA: Stanford University, School of Education.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>

- Friestad, C. & Skog Hansen, I. L. (2010). Gender differences in inmates' anticipated desistance. *European Journal of Criminology*, 7(4), 285-298. <https://doi.org/10.1177/1477370810363375>
- Gai, M. J. P., Cruz, R. M., Viseu, J. N. R., Sales, S. S., & Nunes, C. (2023). Propriedades psicométricas dos instrumentos de mensuração de agency: uma revisão sistemática. *Ciencias Psicológicas*, 17(2), e-2706. <https://doi.org/10.22235/cp.v17i2.2706>
- Gai, M. J. P., Viseu, J. N. R., Cruz, R. M., & Kaczam, F. (2022). Perspectivas teóricas dos estudos sobre agency: uma revisão integrativa. *Estudos de Psicologia (Natal)*, 27(3), 311-321. <https://doi.org/10.22491/1678-4669.20220029>
- Gil, A. C. (2018). *Como elaborar projetos de pesquisa*. 6. ed. São Paulo: Atlas.
- Grácio, M. C. C. (2016). Acoplamento bibliográfico e análise de cocitação: revisão teórico-conceitual. *Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação*, 21(47), 82-99. <https://doi.org/10.5007/1518-2924.2016v21n47p82>
- Graff, M. (2016). *Cognitive and affective aspects of personality and academic procrastination: The role of personal agency, flow, & executive function*. [Tese de doutorado, City University of New York]. https://academicworks.cuny.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2489&context=gc_etds
- Haggard, P., & Tsakiris, M. (2009). The experience of agency: Feelings, judgments, and responsibility. *Current Directions in Psychological Science*, 18(4), 242-246. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2009.01644.x>
- Haggard, P., Clark, S., & Kalogeras, J. (2002). Voluntary action and conscious awareness. *Nature Neuroscience*, 5(4), 382-385. <https://doi.org/10.1038/nn827>
- Hair Jr, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107-123. <https://doi.org/10.1504/IJMDA.2017.087624>
- Hair Jr. J. F., Black, W. C. Anderson, R. E & Tatham, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados*. 6. ed. Porto Alegre: Bookman.
- Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis*. 8 edition, Andover, Hampshire: Cengage,
- Hair, J. F., Black, W. C. Anderson, R. E & Tatham, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados*. 6. ed. Porto Alegre: Bookman.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: Sage publications.

- Hair, J. F., Hult, T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: SAGE.
<https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hamid, M. R., Sami, W., & Sidek, M. M. (2017). Discriminant validity assessment: Use of Fornell & Larcker criterion versus HTMT criterion. *Journal of Physics: Conference Series*, 890(1), 012163. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/890/1/012163>
- Henderson, S. J. (2002). *The correlates of inventor motivation, creativity and achievement*. (Doctoral dissertation, Stanford University).
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2-20.
<https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2015-0382>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, 43(1), 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. In: Sinkovics, R.R., & Ghauri, P.N. (Ed.) *New challenges to international marketing*. Advances in International Marketing, 20. Emerald Group Publishing Limited, Bingley, 277-319. [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2009\)0000020014](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014)
- Holton, R. (1999). Intention and weakness of will. *The journal of philosophy*, 96(5), 241-262.
<https://doi.org/10.2307/2564667>
- Jesus, C. A., Preto, L. A., Ferreira, B. F., & Vicente, M. F. K. (2020). Estereótipos de gênero e seus impactos na psique humana. *Revista Científica Sophia*, 1(1), 70-87. Disponível em: <http://ojs.avantis.edu.br/index.php/sophia/article/view/83>.
- Jiirekog, K. G., & Siirbom, D. (1987). *LISREL VII program manual*. Chicago: International Educational Services.
- Kabeer, N. (1999). Resources, agency, achievements: Reflections on the measurement of women's empowerment. *Development and Change*, 30(3), 435-464.
<https://doi.org/10.1111/1467-7660.00125>
- Klesel, M., Schuberth, F., Henseler, J., & Niehaves, B. (2019). A test for multigroup comparison using partial least squares path modeling. *Internet research*, 29(3), 464-477.
<https://doi.org/10.1108/IntR-11-2017-0418>

- Landes, S. D., & Settersten Jr., R. A. (2019). The inseparability of human agency and linked lives. *Advances in Life Course Research*, 42, 100306. <https://doi.org/10.1016/j.alcr.2019.100306>
- Landis, J. R., & Koch, G. G. (1977). An application of hierarchical kappa-type statistics in the assessment of majority agreement among multiple observers. *Biometrics*, 33(2), 363-374. <https://doi.org/10.2307/2529786>
- Lautamo, T., Paltamaa, J., Moilanen, J., & Malinen, K. (2020). Psychometric properties of the Assessment Tool for Perceived Agency (ATPA-22) – utility for the rehabilitation of young adults not in education, employment or training (NEETs). *Scandinavian Journal of Occupational Therapy*, 1-13. <https://doi.org/10.1080/11038128.2020.1782983>
- Lawson, K. M., & Lips, H. M. (2014). The role of self-perceived agency and job attainability in women's impressions of successful women in masculine occupations. *Journal of Applied Social Psychology*, 44(6), 433-441. <https://doi.org/10.1111/jasp.12236>
- Lee, B., Porfeli, E. J., & Hirschi, A. (2016). Between-and within-person level motivational precursors associated with career exploration. *Journal of Vocational Behavior*, 92, 125-134. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2015.11.009>
- Little, T. D., & Wanner, B. (1997). *The Multi-CAM: A multidimensional instrument to assess children's action-control motives, beliefs, and behaviors* (Materialien aus der Bildungsforschung Nr. 59). Berlin: Max Planck Institute.
- Little, T. D., Oettingen, G., & Baltes, P. B. (1995). *The revised Control, Agency, and Means-ends Interview (CAMI): A multicultural validity assessment using mean and covariance (MACS) analyses* (Materialen aus der Bildungsforschung, 49). Berlin: Max Planck Institute for Human Development and Education.
- Lundquist, S. (2015). *Impact of gender, perception of being overweight and fat acceptance on personal agency: Establishing additional validity and reliability for the personal agency questionnaire*. Alliant International University.
- Michaelis, D. (2023). Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa. Michaelis On-line, São Paulo: Melhoramentos Ltda. Recuperado de <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/>
- Moher, D., Shamseer, L., Clarke, M., Ghersi, D., Liberati, A., Petticrew, M., ... & Stewart, L. A. (2015). Preferred reporting items for systematic review and meta-analysis protocols (PRISMA-P) 2015 statement. *Systematic reviews*, 4(1), 1-9. <https://doi.org/10.1186/2046-4053-4-1>

- Mokkink, L. B., Terwee, C. B., Patrick, D. L., Alonso, J., Stratford, P. W., Knol, D. L., Bouter, L. M., & de Vet, H. C. W. (2010). The COSMIN checklist for assessing the methodological quality of studies on measurement properties of health status measurement instruments: an international Delphi study. *Qual Life Res.*, 19, 539–549. <https://doi.org/10.1007/s11136-010-9606-8>
- Mokkink, L.B. et al. (2016). The COnsensus-based Standards for the selection of health Measurement INstruments (COSMIN) and how to select an outcome measurement instrument. *Brazilian Journal of Physical Therapy*, 20(2), 105-113. <https://dx.doi.org/10.1590/>
- Munn, Z., Peters, M.D., Stern, C., Tufanaru, C., McArthur, A., & Aromataris, E. (2018). Systematic review or scoping review? Guidance for authors when choosing between a systematic or scoping review approach. *BMC medical research methodology*, 18(1), 1-7.
- Nascimento, J. C. H. B., & Macedo, M. A. S. (2016). Modelagem de Equações Estruturais com Mínimos Quadrados Parciais: um Exemplo da Aplicação do SmartPLS® em Pesquisas em Contabilidade. *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade – REPeC*, 10(3), 289-313. <https://doi.org/10.17524/repec.v10i3.1376>
- Page M. J., et al. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 71, 372. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Pajares, F. (1997). Current directions in self-efficacy research. *Advances in motivation and achievement*, 10(149), 1-49. Recuperado de: <https://www.dynaread.com/current-directions-in-self-efficacy-research>
- Pajares, F., & Graham, L. (1999). Self-Efficacy, Motivation Constructs, and Mathematics Performance of Entering Middle School Students. *Contemporary Educational Psychology*, 24(2), 124–139. <https://doi.org/10.1006/ceps.1998.0991>
- Pasquali, L. (1999). *Histórico dos instrumentos psicológicos*. In: L. Pasquali. Instrumentos psicológicos: manual prático de elaboração, 1-12. *Brasília; LabPAM*. Recuperado de: <http://www.soupro.com.br/nnce/Arquivos/Aulas/bioestatistica/3-pasquali-instrumentacao.pdf>
- Pasquali, L. (2007). Validade dos testes psicológicos: será possível reencontrar o caminho?. *Psicologia: teoria e pesquisa*, 23, 99-107. <https://doi.org/10.1186/s12874-018-0611-x>
- Pasquali, L. (2017). Validade dos testes. *Examen: Política, Gestão e Avaliação da Educação*, 1(1), 36-36. Recuperado de <https://examen.emnuvens.com.br/rev/article/view/19>

- Pick, S., Sirkin, J., Ortega, I., Osorio, P., Martínez, R., Xocolotzin, U., & Givaudan, M. (2007). Escala para medir agencia personal y empoderamiento (ESAGE). *Revista Interamericana de Psicología*, 41(3), 295-304. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/284/28441304.pdf>
- Polit, D. F. (2015). Assessing measurement in health: Beyond reliability and validity. *International journal of nursing studies*, 52(11), 1746-1753. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2015.07.002>
- Primi, R. (2012). Psicometria: fundamentos matemáticos da Teoria Clássica dos Testes. *Avaliação Psicológica*, 11(2), 297-307. Recuperado de http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-04712012000200015&lng=pt&tlng=pt.
- Reppold, C. T., Gurgel, L. G., & Hutz, C. S. (2014). El proceso de construcción de las escalas psicométricas. *Avaliação Psicológica*, 13(2), 307-310. Recuperado de http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-04712014000200018
- Reynolds, A., & Placido, N. (2020). A comparison of free will, human agency, and the transtheoretical model. *Journal of Religion & Spirituality in Social Work: Social Thought*, 39(1), 62-72. <https://doi.org/10.1080/15426432.2019.1700869>
- Ringle, C. M., Silva, D., & Bido, D. S. (2014). Modelagem de equações estruturais com utilização do SmartPLS. *REMark-Revista Brasileira de Marketing*, 13(2), 56-73. <https://doi.org/10.5585/remark.v13i2.2717>
- Ringle, C. M., Sarstedt, M., Sinkovics, N., & Sinkovics, R. R. (2023). A perspective on using partial least squares structural equation modelling in data articles. *Data in Brief*, 48, 109074. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2023.109074>
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J. M. (2022). *SmartPLS 4*. Bönningstedt: SmartPLS. Disponível em: <https://www.smartpls.com>
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), 1-28. <https://doi.org/10.1037/h0092976>
- Rouse, K. A. G., & Austin, J. T. (2002). The relationship of gender and academic performance to motivation: Within-ethnic-group variations. *The Urban Review*, 34(4), 293-316. <https://doi.org/10.1023/a:1021392000533>
- Runge, T. E., Frey, D., Gollwitzer, P. M., Helmreich, R. L., & Spence, J. T. (1981). Masculine (instrumental) and feminine (expressive) traits: A comparison between students in the

- United States and West Germany. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 12,142-162.
<https://doi.org/10.1177/0022022181122002>
- Saint-Jean, M., & Therriault, P. Y. (2007). Trabalho, estudo e produtividade: da confusão à definição. *Revista de Terapia Ocupacional da Universidade de São Paulo*, 18(1), 11-16.
<https://doi.org/10.11606/issn.2238-6149.v18i1p11-16>
- Sampieri, R. H., & Torres, C. P. M. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México: McGraw México. Recuperado de <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- Sautu, R. (2022). La agencia humana en el decurso de la trayectoria ocupacional. *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social*, 12(23), 7-20. Recuperado de: http://www.relmis.com.ar/ojs/index.php/relmis/article/view/agencia_humana/215
- Schunk, D. H. (2008). Metacognition, Self-Regulation, and Self-Regulated Learning: Research Recommendations. *Educ Psychol Rev*, 20, 463–467. <https://doi.org/10.1007/s10648-008-9086-3>
- Sen, A. (1985). Well-being, agency and freedom: The Dewey lectures 1984. *The journal of philosophy*, 82(4), 169-221. <https://doi.org/10.2307/2026184>
- Smith, G. C. et al. (1999). *Creation and validation of scales measuring agency beliefs in adulthood*. Paper presented at the Annual Meeting of the American Psychological Association, Boston, MA.
- Smith, G. C. et al. (2000). The effects of interpersonal and personal agency on perceived control and psychological well-being in adulthood. *The Gerontologist*, 40(4),458-468. <https://doi.org/10.1093/geront/40.4.458>
- Souza, A. C. D., Alexandre, N. M. C., & Guirardello, E. D. B. (2017). Propriedades psicométricas na avaliação de instrumentos: avaliação da confiabilidade e da validade. *Epidemiologia e Serviços de Saúde*, 26(3), 649-659. <https://doi.org/10.5123/S1679-49742017000300022>
- Spence, J. T., & Helmreich, R. (1978) *Masculinity and femininity: Their psychological dimensions, correlates, and antecedents*. Austin, TX: University of Texas Press.
- Spence, J. T., Helmreich, R. L., & Holahan, C. K. (1979). Negative and positive components of psychological masculinity and femininity and their relationships to self-reports of neurotic and acting-out behaviors. *J. Pers. Soc. Psychol.*, 37,1673–1682. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.37.10.1673>

- Taylor, C. T., Lyubomirsky, S., & Stein, M. B. (2017). Upregulating the positive affect system in anxiety and depression: Outcomes of a positive activity intervention. *Depression and Anxiety*, 34(3), 267–280. <https://doi.org/10.1002/da.22593>
- Thoits, P. A. (2006). Personal agency in the stress process. *Journal of health and social behavior*, 47(4), 309-323.
- Valentini, F., & Damásio, B. F. (2016). Variância Média Extraída e Confiabilidade Composta: Indicadores de Precisão. *Psicologia: teoria e pesquisa*, 32(2), 1-7. <https://doi.org/10.1590/0102-3772e322225>
- Vallacher, R. R., & Wegner, D. M. (1989). Levels of personal agency: Individual variation in action identification. *Personality Processes and Individual Differences*, 57(4), 660–671. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.57.4.660>
- Verdín, D., & Godwin, A. (2019). *Board 51: An Initial Step Toward Measuring First-Generation College Students' Personal Agency: A Scale Validation Paper presented at 2019 ASEE Annual Conference & Exposition, Tampa, Florida. Recuperado de: https://peer.asee.org/32367*
- Vianna, H. M. (1983). Validade de construto em testes educacionais. *Educação e seleção*, (8), 35-44. Recuperado de: <https://www.fcc.org.br/pesquisa/publicacoes/es/artigos/72.pdf>
- Vidrine, J. I., Businelle, M. S., Cinciripini, P., Li, Y., Marcus, M. T., Waters, A. J., Reitzel, L. R., & Wetter, D. W. (2009). Associations of mindfulness with nicotine dependence, withdrawal, and agency. *Substance Abuse*, 30(4), 318-327. <https://doi.org/10.1080/08897070903252973>
- Weaver, J. B., & Sargent, S. L. (2007). *Gender role inventory*. In: Reynolds, R.A., Woods, R., & Baker, J.D. (Eds.). *Handbook of research on electronic surveys and measurements*. Hershey, PA: Idea Group Reference/IGA Global.
- Wojciszke, B., & Abele, A. E. (2008). The primacy of communion over agency and its reversals in evaluations. *European Journal of Social Psychology*, 38(7), 1139-1147. <https://doi.org/10.1002/ejsp.549>
- Wojciszke, B., & Szlendak, M. A. (2010). Skale do pomiaru orientacji sprawczej i wspólnotowej. *Psychologia Społeczna*, 5(1), 57-70. Recuperado de: https://czasopismo.badania.net/wp-content/uploads/2016/11/Wojciszke_Szlendak_PS_2010_1.pdf
- Yoon, H. J. (2011). *The development and validation of the assessment of human agency employing Albert Bandura's human agency theory*. (Doctor of Philosophy, The Pennsylvania State University)

- Zanon, C., & Hauck Filho, N. H. (2015). *Fidedignidade*. In: C. Hutz, C., Bandeira, D.R., & Trentini, C.M. (Orgs.), *Psicometria*. Porto Alegre: Artmed.
- Zupic, I., & Čater, T. (2014). Bibliometric Methods in Management and Organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429–472.
<https://doi.org/10.1177/1094428114562629>

Apêndices

Apêndice A - Protocolo para Revisão Integrativa de Literatura

Informações administrativas	1a. Identificação PROTOCOLO PARA REVISÃO INTEGRATIVA DA LITERATURA
	1b. Atualização Não se trata de atualização de revisão anterior.
	2. Registro O protocolo não foi registrado.
	3. Autores 3a. Contato dos autores
	Maria Julia Pegoraro Gai, acadêmica de Doutorado em Psicologia na Universidade Federal de Santa Catarina. Contato: mariajuliagai@hotmail.com Endereço: Rua Douglas Seabra, nº 61, Carvoeira, Florianópolis – SC. Roberto Moraes Cruz, docente do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal de Santa Catarina. Contato: robertocruzdr@gmail.com .
	3b. Contribuições dos autores • Maria Julia Pegoraro Gai: elaboração do projeto da pesquisa, buscas nas bases de dados, organização dos dados, leitura dos resumos, leitura dos documentos completos, análise dos dados e escrita do trabalho final. • Roberto Moraes Cruz: auxílio na elaboração do projeto da pesquisa, auxílio com as buscas nas bases de dados, análise dos dados e auxílio na escrita do trabalho final. Essa revisão não possui fiador.
	4. Emendas Caso haja necessidade de alguma alteração importante do protocolo, a mudança deverá ser relatada no método da pesquisa.
	5. Apoio, suporte 5a. Fontes de apoio financeiro para a revisão Pesquisa financiada pela CAPES.
	5b. Patrocinador ou financiador Não há.
	5c. Papel do patrocinador ou financiador Não há.
Introdução	6. Justificativa As discussões acerca da conceitualização de <i>agency</i> não são recentes. Mesmo com o desenvolvimento conceitual do construto por diferentes autores a partir de distintas perspectivas teóricas e estudos empíricos, a queixa de imprecisão do termo indica não ter sido solucionada. A associação do construto com diversos outros conceitos também é um fator observado nessa imprecisão, em que reducionismos ou generalizações inadequadas são observados no uso da expressão, visto que boa parte dos conceitos utilizados se trata de dimensões da agência. No entanto, esses equívocos acabam não contemplando a totalidade e complexidade envolvida na compreensão da <i>agency</i> , sendo recomendado um processo de reconceitualização da agência humana contemplando seu aspecto social relacionado ao passado, mas também dirigido ao presente e ao futuro (Emirbayer, & Mische, 1998; Alkire, 2005; Pick et al., 2007). Mesmo com consensos sobre diversos elementos associados ao construto, ainda há uma lacuna teórica importante que carece de investigações. Nesse processo, a delimitação conceitual é um elemento fundamental para estudos posteriores e escolha de instrumentos para a mensuração dos construtos, o que requer um entendimento conceitual abrangente, assim como dos fatores que o compõem (Mokkink et al., 2010).
	7. Objetivo Discutir as perspectivas teóricas dos estudos sobre <i>agency</i> .
Métodos	8. Critério de inclusão 1. Artigos que abordam o conceito de agência a partir de uma perspectiva cognitiva e comportamental; 2. Estudos teóricos ou empíricos; 3. Artigos em português, inglês ou espanhol; 4. Artigos disponíveis para acesso online.
	9. Fontes de informação

MÉTODOS	1. Bases de dados: <i>Scopus</i> e <i>Web of Science</i> . 2. Lista de referência dos artigos; O período de busca contempla os artigos publicados até 2020.
	10. Estratégia de pesquisa (("sense of agency" OR "human agency" OR "judgment of agency" OR "agency judgment" OR "personal agency" OR "types of agency" OR "forms of agency" OR "perceived agency" OR "feelings of agency") AND (measur* OR assessment OR validity OR evaluation OR inventory OR scale OR "measures of agency" OR instrument)). Investigada em títulos, resumos e palavras-chave. Limitou-se para os idiomas português, inglês ou espanhol.
	11.Registros do estudo
	11a. Gestão de dados Para gerenciamento dos dados utilizou-se o Excel.
	11b. Processo de seleção A leitura dos resumos e documentos completos foi realizada por duas revisoras independentes.
	11c. Processo de coleta de dados A busca nas bases de dados foi realizada por duas revisoras independentes.
	12. Extração dos dados 1. Autores; 2. Ano de publicação; 3. Abordagem teórica; 4. Principais resultados e conclusões.
	13. Resultados e priorização 1 - Análise por meio do Vosviewer, Histicite e análise teórica.
	14. Risco de viés em estudos individuais Não analisado
	15. Síntese de dados 15a. Critérios para síntese quantitativa Por meio a análise do Vosviewer.
	15b. Medidas planejadas para síntese quantitativa Verificação dos artigos mais citados por meio do Histicite
	15c. Análises adicionais Não realizada.

Elaborado com base em: Shamseer L, Moher D, Clarke M, Ghersi D, Liberati A, Petticrew M, Shekelle P, Stewart L, Grupo PRISMA-P (2015). Itens de relatório preferidos para revisão sistemática e protocolos de meta-análise (PRISMA-P) 2015: elaboração e explicação. *BMJ*, 349: g7647.

Referências

- Alkire, S. (2005). Subjective Quantitative studies of Human Agency. *Social Indicators Research*, 217-260. <https://doi.org/10.1007/s11205-005-6525-0>
- Emirbayer, M., & Mische, A. (1998). What is agency?. *American journal of sociology*, 103(4), 962-1023. <https://doi.org/10.1086/231294>
- Mokkink, L. B., Terwee, C. B., Patrick, D. L., Alonso, J., Stratford, P. W., Knol, D. L., Bouter, L. M., & de Vet, H. C. W. (2010) The COSMIN checklist for assessing the methodological quality of studies on measurement properties of health status measurement instruments: an international Delphi study. *Qual Life Res.*, 19, 539–549 (2010). <https://doi.org/10.1007/s11136-010-9606-8>
- Pick, S., Sirkin, J., Ortega, I., Osorio, P., Martínez, R., Xocolotzin, U., & Givaudan, M. (2007). Escala para medir agencia personal y empoderamiento (ESAGE). *Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology*, 41(3), 295-304. Recuperado de http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-96902007000300004&lng=pt&tlng=es.

Apêndice B - Protocolo para Revisão Sistemática de Literatura

Informações administrativas	1a. Identificação PROTOCOLO PARA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA
	1b. Atualização Não se trata de atualização de revisão anterior.
	2. Registro O protocolo não foi registrado.
	3. Autores 3a. Contato dos autores
	Maria Julia Pegoraro Gai, acadêmica de Doutorado em Psicologia na Universidade Federal de Santa Catarina. Contato: mariajuliagai@hotmail.com . Endereço: Rua Douglas Seabra, nº 61, Carvoeira, Florianópolis – SC. Roberto Moraes Cruz, docente do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal de Santa Catarina. Contato: robertocruzdr@gmail.com . Cyntia Nunes, mestre em Psicologia pela Universidade Federal de Santa Catarina. Contato: cynthianunes1990@gmail.com . Synara Sepulveda Sales, mestra em Psicologia pela Universidade Tuiuti do Paraná. Contato: synarasepulveda@hotmail.com .
	3b. Contribuições dos autores • Maria Julia Pegoraro Gai: elaboração do projeto da pesquisa, buscas nas bases de dados, organização dos dados, leitura dos resumos, leitura dos documentos completos, análise dos dados e escrita do trabalho final. • Roberto Moraes Cruz: auxílio na elaboração do projeto da pesquisa, auxílio com as buscas nas bases de dados, análise dos dados e auxílio na escrita do trabalho final. • Cyntia Nunes: buscas nas bases de dados, organização dos dados, leitura dos resumos, leitura dos documentos completos, análise dos dados e auxílio na escrita do trabalho final. • Synara Sepulveda Sales: buscas nas bases de dados, organização dos dados, leitura dos resumos, leitura dos documentos completos, análise dos dados e auxílio na escrita do trabalho final. Essa revisão não possui fiador.
	4. Emendas Caso haja necessidade de alguma alteração importante do protocolo, a mudança deverá ser relatada no método da pesquisa.
	5. Apoio, suporte 5a. Fontes de apoio financeiro para a revisão Pesquisa financiada pela CAPES.
	5b. Patrocinador ou financiador Não há.
	5c. Papel do patrocinador ou financiador Não há.
Introdução	6. Justificativa A verificação das propriedades de mensuração dos instrumentos de mensuração antes de utilização na pesquisa ou prática clínica são de suma importância (Mokkink et al., 2010a). No caso desta pesquisa, que se trata de uma revisão sistemática de instrumentos de medida, a relevância da revisão sistemática se dá por possibilitar a escolha do instrumento mais indicado para mensurar o construto tema dessa investigação – a Human Agency-, a partir de evidências científicas (Mokkink et al., 2016). Além disso, não foram encontradas revisões sistemáticas da literatura sobre o assunto nas bases de dados da <i>Scopus</i> e da <i>Web of Science</i> até outubro de 2020, o que indica a necessidade de execução dessa pesquisa. Esse trabalho de revisão da literatura é fundamental para viabilizar o andamento do projeto de tese, tendo em vista que os achados decorrentes da mesma possibilitarão maior clareza no delineamento de pesquisa subsequente.
	7. Objetivo Analisar as propriedades psicométricas de instrumentos de mensuração da agência pessoal.

Métodos	8. Critério de inclusão 5. Documentos que abordam o conceito de agência a partir de uma perspectiva cognitiva e comportamental; 6. Estudos quantitativos ou mistos; 7. Documentos que mencionam instrumentos psicométricos que mensuram a agência pessoal; 8. Documentos em português, inglês ou espanhol. 9. Documentos disponíveis para acesso <i>online</i> .
	9. Fontes de informação 3. Bases de dados: <i>Scopus</i> , <i>Web of Science</i> , <i>PsycINFO</i> , <i>SciELO</i> , <i>IndexPsi</i> e <i>Mcedline</i> . 4. Lista de referência dos artigos; O período de busca contempla os artigos publicados até 2020.
	10. Estratégia de pesquisa Estratégia de busca: <i>((("sense of agency" OR "human agency" OR "judgment of agency" OR "agency judgment" OR "personal agency" OR "types of agency" OR "forms of agency" OR "perceived agency" OR "feelings of agency") AND (measur* OR assessment OR validity OR evaluation OR inventory OR scale OR "measures of agency" OR instrument))</i> Pesquisou-se os termos de busca nos títulos, resumos e palavras-chave – com exceção da SciELO, a qual a busca foi realizada apenas no título e resumo, em função da limitação da plataforma de busca. Limitou-se para os idiomas português, inglês ou espanhol.
	11. Registros do estudo 11a. Gestão de dados Para gerenciamento dos dados utilizou-se o Excel.
	11b. Processo de seleção A leitura dos resumos e documentos completos foi realizada por duas revisoras independentes.
Métodos	11c. Processo de coleta de dados A busca nas bases de dados foi realizada por duas revisoras independentes.
	12. Extração dos dados 5. Autores; 6. Ano de publicação; 7. País de origem da publicação; 8. Objetivo; 9. População do estudo e tamanho da amostra; 10. Método de coleta e análise dos dados; 11. Propriedades psicométricas; 12. Principais resultados e conclusões.
	13. Resultados e priorização 1 - Os dados sobre autores, ano de publicação e país de origem da publicação serão utilizados para a etapa infométrica, que consistirá em uma breve descrição bibliométrica. 2- Os dados extraídos a respeito do objetivo, população do estudo e tamanho da amostra, método de coleta e análise dos dados serão utilizados para a análise da heterogeneidade metodológica dos artigos. 3- O método de coleta e análise dos dados, propriedades psicométricas e principais resultados e conclusões serão utilizados na avaliação da qualidade metodológica das pesquisas que abordam as propriedades psicométricas dos instrumentos acerca da Human Agency por meio da ferramenta COSMIN.
	14. Risco de viés em estudos individuais O risco de viés será analisado por meio da ferramenta COSMIN.
	15. Síntese de dados 15a. Critérios para síntese quantitativa Verificação das propriedades de medidas, análise da interpretabilidade, e o verificação da capacidade de generalização dos resultados.
	15b. Medidas planejadas para síntese quantitativa Comparação de delineamento metodológico e análise da consistência interna, confiabilidade, erro de medição, validade de conteúdo, validade de estrutura interna, teste de hipóteses, validade transcultural, validade de critério e capacidade de resposta, respectivamente. Nessa etapa será utilizada a ferramenta COSMIN.
	15c. Análises adicionais 1. Resumo por meio de tabela sobre os dados bibliométricos encontrados; 2. Resumo com a descrição e detalhamento dos achados sobre as medidas psicométricas.

Elaborado com base em: Shamseer L, Moher D, Clarke M, Gherzi D, Liberati A, Petticrew M, Shekelle P, Stewart L, Grupo PRISMA-P (2015). Itens de relatório preferidos para revisão sistemática e protocolos de meta-análise (PRISMA-P) 2015: elaboração e explicação. *BMJ*, 349: g7647.

Referências:

Mokkink, L. B., Terwee, C. B., Patrick, D. L., Alonso, J., Stratford, P. W., Knol, D. L., Bouter, L. M., & de Vet, H. C. W. (2010a) The COSMIN checklist for assessing the methodological quality of studies on measurement properties of health status measurement instruments: an international Delphi study. *Qual Life Res.*, 19, 539–549 (2010). <https://doi.org/10.1007/s11136-010-9606-8>

Mokkink, Lidwine B., Prinsen, Cecilia A. C., Bouter, Lex M., Vet, Henrica C. W. de, & Terwee, Caroline B. (2016). The COnsensus-based Standards for the selection of health Measurement INstruments (COSMIN) and how to select an outcome measurement instrument. *Brazilian Journal of Physical Therapy*, 20(2), 105-113. <https://dx.doi.org/10.1590/>

Apêndice C - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE

Título da pesquisa: “Avaliação da Agência Pessoal (*Agency*) em trabalhadores: construção e validação de um instrumento de mensuração”.

Pesquisador responsável: Prof. Dr. Roberto Moraes Cruz.

Instituição/Departamento: UFSC/Programa de Pós-Graduação em Psicologia.

Endereço postal completo: Laboratório Fator Humano, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Sala 13A. Universidade Federal de Santa Catarina, bairro Trindade, Florianópolis/SC, CEP 88040-970.

Local da coleta de dados: online.

Eu, Maria Julia Pegoraro Gai, juntamente com meu orientador Prof. Dr. Roberto Moraes Cruz, responsável pela pesquisa “Avaliação da Agência Pessoal (*Agency*) em trabalhadores: construção e validação de um instrumento de mensuração”, o convidamos para participar como voluntário deste estudo.

Esta pesquisa está sendo realizada a fim de buscar evidências de validade de um instrumento para mensuração da agência pessoal em trabalhadores. A importância dessa pesquisa se dá pelos impactos que a capacidade de agência no desenvolvimento e transformações regionais, liderança e empreendedorismo, assim como pelas implicações para a percepção de carreira e adoção de comportamento seguro. Esse fenômeno ainda não tem sido investigado com profundidade no contexto brasileiro, especialmente pela carência de instrumentos de mensuração da capacidade de agência pessoal. Para isso, serão realizados os procedimentos de construção de instrumento psicométrico, por meio da busca por evidências de validade de conteúdo, da estrutura interna e da precisão em um delineamento *survey* com trabalhadores de diferentes ocupações, além de um teste comparativo com empreendedores e pessoas que atuam em projetos inovadores.

Os dados serão coletados por meio de questionários e analisados a partir de cálculos estatísticos pertinentes. Quanto a identidade dos participantes, garantimos que será mantida em sigilo e privacidade e as informações fornecidas pelos mesmos somente serão usados para fins de pesquisa. Antes de responder aos questionários, os participantes receberão esclarecimentos sobre a pesquisa e sobre os procedimentos utilizados, sendo previsto que estes poderão interromper sua participação no momento que acharem oportuno. Além disso, deverão assinar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido antes de responder aos questionários, que foi elaborado em duas vias, ambas rubricadas e assinadas, a qual uma delas ficará de posse do participante. Para esta

pesquisa, a técnica utilizada possui riscos mínimos para participação, podendo ocorrer cansaço ao responder o questionário, eventuais desconfortos e constrangimentos em função dos questionamentos, além de possibilidade de evocação de memórias que podem mobilizar sentimentos nem sempre agradáveis. É importante mencionar a possibilidade, ainda que remota, de quebra de sigilo, mesmo que involuntária e não intencional, e suas potenciais consequências na vida pessoal e profissional dos participantes. Cabe ressaltar que os participantes têm liberdade de recusar-se a participar ou retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem penalização alguma. Também prevê-se a garantia de indenização e ressarcimento em caso de prejuízos e os participantes terão direito a acompanhamento e assistência dos psicólogos responsáveis pela pesquisa nesses casos.

A realização deste estudo beneficiará os participantes, pois possibilitará uma autoavaliação sobre a própria capacidade de agência tanto em relação ao seu curso de vida como um todo, mas especialmente em relação a sua atuação laboral no tocante a atitudes e processos decisórios. Os materiais deste estudo serão mantidos em sigilo no Programa de Pós-Graduação em Psicologia da UFSC, sendo destruídos após cinco anos da coleta de dados. Salienta-se que os procedimentos éticos adotados nessa pesquisa estão pautados na regulamentação de pesquisas com seres humanos nas Ciências Sociais e Humanas descrita na Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012, e na Resolução nº 510, de 07 de abril de 2016, do Conselho Nacional de Saúde.

Por fim, agradecemos a participação na realização deste estudo e estamos à disposição para maiores esclarecimentos com o professor orientador da pesquisa, Prof. Dr. Roberto Moraes Cruz, e com a pesquisadora Maria Julia Pegoraro Gai.

Autorização

Eu, _____, declaro ter realizado a leitura deste documento, com as possíveis dúvidas sendo esclarecidas, tendo a possibilidade de conversar com a pesquisadora responsável. Estou ciente dos objetivos e procedimentos da pesquisa, assim como dos possíveis riscos e danos relacionados à minha participação, além da garantia da confidencialidade dos dados fornecidos. Afirmando que minha participação nesta pesquisa é voluntária e estou ciente de que posso retirar minha participação e os dados fornecidos caso achar necessário, sem nenhum ônus. Dessa forma, espontaneamente, manifesto minha aceitação em participar desta pesquisa.

Assinatura do participante voluntário

Prof. Dr. Roberto Moraes Cruz.

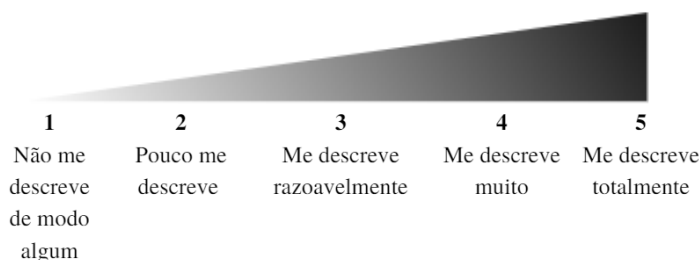
Data: ____/____/____ Local: _____

Apêndice D – Escala de agência pessoal – 75 itens



ESCALA DE AGÊNCIA PESSOAL

Esse questionário apresenta frases que avaliam sua agência pessoal, isto é, sua capacidade de influenciar o funcionamento e o curso dos eventos da vida, por meio do estabelecimento de metas pessoais e previsão dos resultados prováveis de ações futuras. Para responder ao instrumento, leia atentamente cada uma das frases e avalie o quanto elas descrevem você. Você pode marcar entre “1” e “5”, conforme a escala:



Lembre-se que não existem respostas certas ou erradas. A sinceridade em suas respostas é muito importante.

Por favor, responda a todas as frases no local adequado e não deixe nenhuma em branco. Caso você erre ao marcar uma alternativa, circule a marcação errada e assinale a correta.

	Frases					
		1	2	3	4	5
1	Sou capaz de conseguir o que quero por conta própria.	1	2	3	4	5
2	Consigo lidar bem com os desafios do meu trabalho e/ou dos estudos.	1	2	3	4	5
3	Conseguirei alcançar meus sonhos se eu seguir com a dedicação que eu tenho hoje.	1	2	3	4	5
4	Vou conseguir as coisas que quero para minha vida.	1	2	3	4	5
5	Me adapto facilmente a mudanças.	1	2	3	4	5
6	Sei os motivos que me levam a quer alcançar meus objetivos.	1	2	3	4	5
7	Reajo bem a imprevistos.	1	2	3	4	5
8	Deixo tudo para a última hora.	1	2	3	4	5
9	Sei o que fazer para conseguir coisas importantes.	1	2	3	4	5
10	Me afasto de pessoas que não têm os mesmos valores que os meus.	1	2	3	4	5
11	Alcançar o que desejo depende de mim.	1	2	3	4	5
12	Não tenho controle sobre o que acontece em minha vida.	1	2	3	4	5
13	Faço apenas coisas que me dão prazer.	1	2	3	4	5
14	Sei quais são as coisas mais importantes na minha vida.	1	2	3	4	5
15	Tenho clareza sobre como será minha vida nos próximos anos.	1	2	3	4	5
16	Listo as coisas que precisam ser feitas.	1	2	3	4	5
17	Procuo resolver problemas que me impedem de conseguir o que quero.	1	2	3	4	5
18	Faço o meu melhor sempre.	1	2	3	4	5
19	Gosto de fazer coisas que me dizem que eu não consigo.	1	2	3	4	5
20	Faço somente coisas que significam algo para mim.	1	2	3	4	5
21	Estou sempre motivado (a) para conseguir meus objetivos.	1	2	3	4	5
22	Sou uma pessoa segura no que faço.	1	2	3	4	5
23	Meus planos se transformam em ações.	1	2	3	4	5
24	Geralmente não dou conta de resolver situações difíceis.	1	2	3	4	5
25	Não faço planos para o futuro.	1	2	3	4	5
26	Não sei o que esperar da vida.	1	2	3	4	5

27	Sou cuidadoso (a) quando quero algo.	1	2	3	4	5
28	Sinto-me fraco (a) para reagir quando acontece algo que me desagrada.	1	2	3	4	5
29	Planejo as coisas com antecedência.	1	2	3	4	5
30	Dedico tempo e energia para conseguir o que quero.	1	2	3	4	5
31	Prefiro que os outros escolham o que é melhor para mim.	1	2	3	4	5
32	Costumo agir sem pensar nas consequências.	1	2	3	4	5
33	Dou meu melhor quando quero fazer algo.	1	2	3	4	5
34	Não sei o que fazer quando as coisas dão errado.	1	2	3	4	5
35	Me esforço para ser bom (boa) no que faço.	1	2	3	4	5
36	Não me considero capaz de fazer coisas muito difíceis.	1	2	3	4	5
37	Tento modificar a situação quando o que faço não funciona.	1	2	3	4	5
38	Nem sempre cumprio o que prometo.	1	2	3	4	5
39	Entendo que em determinadas situações eu terei que assumir a responsabilidade por decisões difíceis.	1	2	3	4	5
40	Sou inseguro (a) quanto às minhas decisões.	1	2	3	4	5
41	Não sei o que fazer quando acontece algo diferente do esperado.	1	2	3	4	5
42	Sei lidar bem com as pressões do dia a dia.	1	2	3	4	5
43	Me organizo para alcançar o que quero.	1	2	3	4	5
44	Tenho dificuldade para solucionar problemas complicados.	1	2	3	4	5
45	O futuro é incerto para mim.	1	2	3	4	5
46	Sigo minha rotina, mesmo que não esteja me sentindo motivado (a).	1	2	3	4	5
47	Me aproximo de pessoas conforme meus valores.	1	2	3	4	5
48	Uma crítica pode me incomodar por vários dias.	1	2	3	4	5
49	Sei que hoje estou fazendo o melhor para meu futuro.	1	2	3	4	5
50	Acho difícil tomar decisões.	1	2	3	4	5
51	Faço as atividades de trabalho, estudo ou lazer conforme o que me dá vontade.	1	2	3	4	5
52	Fofocas me abalam.	1	2	3	4	5
53	Sou sensível a críticas.	1	2	3	4	5
54	Faço tudo o que posso para ter um futuro melhor.	1	2	3	4	5
55	Sou uma pessoa organizada.	1	2	3	4	5
56	Quando estou desmotivado (a) não sei o motivo.	1	2	3	4	5
57	Sou uma pessoa influenciável.	1	2	3	4	5
58	Me considero uma pessoa indecisa.	1	2	3	4	5
59	Sei o que fazer em minha vida.	1	2	3	4	5
60	Planejo as tarefas da minha semana.	1	2	3	4	5
61	Costumo seguir tarefas planejadas anteriormente.	1	2	3	4	5
62	Tenho em mente o que eu quero fazer nos próximos meses.	1	2	3	4	5
63	Acredito que outras pessoas têm responsabilidade por minha situação de vida.	1	2	3	4	5
64	Tomar decisões é fácil.	1	2	3	4	5
65	As pessoas me influenciam sem eu perceber.	1	2	3	4	5
66	Desisto de fazer algo quando não estou motivado (a).	1	2	3	4	5
67	Sinto que consigo dar conta do que acontece em minha vida.	1	2	3	4	5
68	Tenho controle sobre o que acontece na minha vida.	1	2	3	4	5
69	Costumo planejar como será meu ano.	1	2	3	4	5
70	Me sinto uma pessoa livre para escolher o que quero.	1	2	3	4	5
71	Tenho uma rotina organizada.	1	2	3	4	5
72	Sei quando o melhor a ser feito é desistir.	1	2	3	4	5
73	Tenho as rédeas da minha vida.	1	2	3	4	5

74	Pequenas dificuldades me deixam desmotivado (a).	1	2	3	4	5
75	Sou capaz de influenciar outras pessoas a fazerem o que eu quero.	1	2	3	4	5

Apêndice E – Escala de agência pessoal – 45 itens e instrumentos utilizados



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA

Este questionário faz parte de uma pesquisa que tem como objetivo construir um instrumento para mensuração da agência pessoal, que se refere à capacidade humana de influenciar o funcionamento e o curso dos eventos da vida por meio do estabelecimento de metas pessoais e previsão dos resultados prováveis de ações futuras. Para participar, você deverá responder ao questionário sobre dados pessoais e ocupacionais e os questionários sobre agência pessoal. Não esqueça de preencher os itens no verso da folha.

Desde já agradecemos por sua participação!

QUESTIONÁRIO DE DADOS PESSOAIS

1 IDADE 1 () entre 18 a 29 anos 2 () entre 30 a 39 anos 3 () entre 40 e 49 anos 4 () entre 50 a 59 anos 5 () mais de 60 anos	2 SEXO 1 () Feminino 2 () Masculino 3 () Intersex 4 () Prefiro não declarar	3 ESTADO CIVIL 1 () Solteiro(a) 2 () Casado(a) ou em união estável 3 () Viúvo(a) 4 () Separado(a)/divorciado(a)																												
4 ESCOLARIDADE 1 () Ensino Fundamental incompleto 2 () Ensino Fundamental completo 3 () Ensino Médio completo 4 () Ensino Superior completo	5 SUA RENDA (INDIVIDUAL) 1 () até 1 salário mínimo 2 () mais de 1 até 3 salários mínimos 3 () mais de 3 até 6 salários mínimos 4 () mais de 6 até 10 salários mínimos 5 () mais de 10 até 15 salários mínimos 6 () mais de 15 salários mínimos																													
6 ESTADO DE <u>NASCIMENTO</u> <table border="0"> <tr> <td>1 () Acre</td> <td>15 () Paraíba</td> </tr> <tr> <td>2 () Alagoas</td> <td>16 () Paraná</td> </tr> <tr> <td>3 () Amapá</td> <td>17 () Pernambuco</td> </tr> <tr> <td>4 () Amazonas</td> <td>18 () Piauí</td> </tr> <tr> <td>5 () Bahia</td> <td>19 () Rio de Janeiro</td> </tr> <tr> <td>6 () Ceará</td> <td>20 () Rio Grande do Norte</td> </tr> <tr> <td>7 () Distrito Federal</td> <td>21 () Rio Grande do Sul</td> </tr> <tr> <td>8 () Espírito Santo</td> <td>22 () Rondônia</td> </tr> <tr> <td>9 () Goiás</td> <td>23 () Roraima</td> </tr> <tr> <td>10 () Maranhão</td> <td>24 () Santa Catarina</td> </tr> <tr> <td>11 () Mato Grosso</td> <td>25 () São Paulo</td> </tr> <tr> <td>12 () Mato Grosso do Sul</td> <td>26 () Sergipe</td> </tr> <tr> <td>13 () Minas Gerais</td> <td>27 () Tocantins</td> </tr> <tr> <td>14 () Pará</td> <td></td> </tr> </table>			1 () Acre	15 () Paraíba	2 () Alagoas	16 () Paraná	3 () Amapá	17 () Pernambuco	4 () Amazonas	18 () Piauí	5 () Bahia	19 () Rio de Janeiro	6 () Ceará	20 () Rio Grande do Norte	7 () Distrito Federal	21 () Rio Grande do Sul	8 () Espírito Santo	22 () Rondônia	9 () Goiás	23 () Roraima	10 () Maranhão	24 () Santa Catarina	11 () Mato Grosso	25 () São Paulo	12 () Mato Grosso do Sul	26 () Sergipe	13 () Minas Gerais	27 () Tocantins	14 () Pará	
1 () Acre	15 () Paraíba																													
2 () Alagoas	16 () Paraná																													
3 () Amapá	17 () Pernambuco																													
4 () Amazonas	18 () Piauí																													
5 () Bahia	19 () Rio de Janeiro																													
6 () Ceará	20 () Rio Grande do Norte																													
7 () Distrito Federal	21 () Rio Grande do Sul																													
8 () Espírito Santo	22 () Rondônia																													
9 () Goiás	23 () Roraima																													
10 () Maranhão	24 () Santa Catarina																													
11 () Mato Grosso	25 () São Paulo																													
12 () Mato Grosso do Sul	26 () Sergipe																													
13 () Minas Gerais	27 () Tocantins																													
14 () Pará																														
6 ESTADO EM QUE <u>RESIDE ATUALMENTE</u> <table border="0"> <tr> <td>1 () Acre</td> <td>15 () Paraíba</td> </tr> <tr> <td>2 () Alagoas</td> <td>16 () Paraná</td> </tr> <tr> <td>3 () Amapá</td> <td>17 () Pernambuco</td> </tr> <tr> <td>4 () Amazonas</td> <td>18 () Piauí</td> </tr> <tr> <td>5 () Bahia</td> <td>19 () Rio de Janeiro</td> </tr> <tr> <td>6 () Ceará</td> <td>20 () Rio Grande do Norte</td> </tr> <tr> <td>7 () Distrito Federal</td> <td>21 () Rio Grande do Sul</td> </tr> <tr> <td>8 () Espírito Santo</td> <td>22 () Rondônia</td> </tr> <tr> <td>9 () Goiás</td> <td>23 () Roraima</td> </tr> <tr> <td>10 () Maranhão</td> <td>24 () Santa Catarina</td> </tr> <tr> <td>11 () Mato Grosso</td> <td>25 () São Paulo</td> </tr> <tr> <td>12 () Mato Grosso do Sul</td> <td>26 () Sergipe</td> </tr> </table>			1 () Acre	15 () Paraíba	2 () Alagoas	16 () Paraná	3 () Amapá	17 () Pernambuco	4 () Amazonas	18 () Piauí	5 () Bahia	19 () Rio de Janeiro	6 () Ceará	20 () Rio Grande do Norte	7 () Distrito Federal	21 () Rio Grande do Sul	8 () Espírito Santo	22 () Rondônia	9 () Goiás	23 () Roraima	10 () Maranhão	24 () Santa Catarina	11 () Mato Grosso	25 () São Paulo	12 () Mato Grosso do Sul	26 () Sergipe				
1 () Acre	15 () Paraíba																													
2 () Alagoas	16 () Paraná																													
3 () Amapá	17 () Pernambuco																													
4 () Amazonas	18 () Piauí																													
5 () Bahia	19 () Rio de Janeiro																													
6 () Ceará	20 () Rio Grande do Norte																													
7 () Distrito Federal	21 () Rio Grande do Sul																													
8 () Espírito Santo	22 () Rondônia																													
9 () Goiás	23 () Roraima																													
10 () Maranhão	24 () Santa Catarina																													
11 () Mato Grosso	25 () São Paulo																													
12 () Mato Grosso do Sul	26 () Sergipe																													

13 () Minas Gerais
14 () Pará

27 () Tocantins

QUESTIONÁRIO DE DADOS OCUPACIONAIS

1 VÍNCULO EMPREGATÍCIO

- 1 () Jovem Aprendiz / estagiário / bolsista
2 () Trabalhador CLT
3 () Profissional Autônomo
4 () Servidor Público
5 () Empreendedor/Microempreendedor Individual
6 () Outro. Qual? _____
7 () Não estou trabalhando. Há quanto tempo? _____

2 QUAL SUA PROFISSÃO/OCUPAÇÃO?

3 QUAL SEU SEGMENTO OCUPACIONAL?

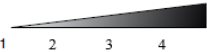
- 1 () Saúde
2 () Comunicação
3 () Tecnologia
4 () Construção civil
5 () Militar, servidor público
6 () Comércio
7 () Educação
8 () Prestação de serviços
9 () Agronegócio
10 () Indústria
11 () Outro. Qual _____

ESCALA DE AGÊNCIA PESSOAL

Esse questionário apresenta frases que avaliam sua agência pessoal, isto é, sua capacidade de influenciar o funcionamento e o curso dos eventos da vida, por meio do estabelecimento de metas pessoais e previsão dos resultados prováveis de ações futuras. Para responder ao instrumento, leia atentamente cada uma das frases e avalie o quanto elas descrevem você. Você pode marcar entre “1” e “5”, conforme a escala:



Lembre-se que não existem respostas certas ou erradas. A sinceridade em suas respostas é muito importante. Por favor, responda a todas as frases no local adequado e não deixe nenhuma em branco. Caso você erre ao marcar uma alternativa, circule a marcação errada e assinale a correta.

Frases						
		1	2	3	4	5
1	Sou capaz de conseguir o que quero por conta própria.	1	2	3	4	5
2	Consigo lidar bem com os desafios do meu trabalho e/ou dos estudos.	1	2	3	4	5
3	Conseguirei alcançar meus sonhos se eu seguir com a dedicação que eu tenho hoje.	1	2	3	4	5
4	Vou conseguir as coisas que quero para minha vida.	1	2	3	4	5
5	Sei os motivos que me levam a querer alcançar meus objetivos.	1	2	3	4	5
6	Reajo bem a imprevistos.	1	2	3	4	5
7	Sei o que fazer para conseguir coisas importantes.	1	2	3	4	5
8	Sei quais são as coisas mais importantes na minha vida.	1	2	3	4	5
9	Listo as coisas que precisam ser feitas.	1	2	3	4	5
10	Procuro resolver problemas que me impedem de conseguir o que quero.	1	2	3	4	5
11	Estou sempre motivado (a) para conseguir meus objetivos.	1	2	3	4	5
12	Sou uma pessoa segura no que faço.	1	2	3	4	5

13	Meus planos se transformam em ações.	1	2	3	4	5
14	Não sei o que esperar da vida.	1	2	3	4	5
15	Sinto-me fraco (a) para reagir quando acontece algo que me desagrada.	1	2	3	4	5
16	Planejo as coisas com antecedência.	1	2	3	4	5
17	Dedico tempo e energia para conseguir o que quero.	1	2	3	4	5
18	Prefiro que os outros escolham o que é melhor para mim.	1	2	3	4	5
19	Dou meu melhor quando quero fazer algo.	1	2	3	4	5
20	Não sei o que fazer quando as coisas dão errado.	1	2	3	4	5
21	Não me considero capaz de fazer coisas muito difíceis.	1	2	3	4	5
22	Sou inseguro (a) quanto às minhas decisões.	1	2	3	4	5
23	Não sei o que fazer quando acontece algo diferente do esperado.	1	2	3	4	5
24	Sei lidar bem com as pressões do dia a dia.	1	2	3	4	5
25	Organizo-me para alcançar o que quero.	1	2	3	4	5
26	Tenho dificuldade para solucionar problemas complicados.	1	2	3	4	5
27	O futuro é incerto para mim.	1	2	3	4	5
28	Sei que hoje estou fazendo o melhor para meu futuro.	1	2	3	4	5
29	Acho difícil tomar decisões.	1	2	3	4	5
30	Fofocas me abalam.	1	2	3	4	5
31	Faço tudo o que posso para ter um futuro melhor.	1	2	3	4	5
32	Sou uma pessoa organizada.	1	2	3	4	5
33	Considero-me uma pessoa indecisa.	1	2	3	4	5
34	Planejo as tarefas da minha semana.	1	2	3	4	5
35	Costumo seguir tarefas planejadas anteriormente.	1	2	3	4	5
36	Tenho em mente o que eu quero fazer nos próximos meses.	1	2	3	4	5
37	Acredito que outras pessoas têm responsabilidade por minha situação de vida.	1	2	3	4	5
38	Tomar decisões é fácil.	1	2	3	4	5
39	As pessoas me influenciam sem eu perceber.	1	2	3	4	5
40	Desisto de fazer algo quando não estou motivado (a).	1	2	3	4	5
41	Sinto que consigo dar conta do que acontece em minha vida.	1	2	3	4	5
42	Tenho controle sobre o que acontece na minha vida.	1	2	3	4	5
43	Costumo planejar como será meu ano.	1	2	3	4	5
44	Tenho uma rotina organizada.	1	2	3	4	5
45	Pequenas dificuldades me deixam desmotivado (a).	1	2	3	4	5

NOVA ESCALA DE AUTOEFICÁCIA GERAL (Balsan et al., 2020)

Esse questionário apresenta frases que avaliam sua autoeficácia geral. Para responder ao instrumento, leia atentamente cada uma das frases e avalie o quanto você concorda com elas descrevem você.



Lembre-se que não existem respostas certas ou erradas. A sinceridade em suas respostas é muito importante. Por favor, responda a todas as frases no local adequado e não deixe nenhuma em branco.

46	Eu vou ser capaz de superar com êxito muitos desafios.	1	2	3	4	5
47	Mesmo quando as coisas estão difíceis, eu consigo desempenhos muito bons.	1	2	3	4	5
48	Quando me deparo com tarefas difíceis, tenho certeza de que vou realizá-las.	1	2	3	4	5
49	Em geral, eu acho que posso obter os resultados que são importantes para mim.	1	2	3	4	5
50	Eu acredito que posso realizar de forma eficaz muitas tarefas diferentes.	1	2	3	4	5

51	Em comparação com outras pessoas, eu posso fazer a maioria das tarefas muito bem.	1	2	3	4	5
----	---	---	---	---	---	---

ESCALA BECK DE DESESPERANÇA

Este questionário consiste em 20 afirmações. Por favor, leia as afirmações cuidadosamente, uma por uma. Se a afirmação descreve a sua atitude na última semana, incluindo hoje, circule a letra "C", indicando CERTO, na mesma linha da afirmação. Se a afirmação não descreve a sua atitude, circule a letra "E", indicando ERRADO, na mesma linha da afirmação. Por favor, procure ler cuidadosamente cada afirmação.

52	Penso no futuro com esperança e entusiasmo.	C	E
53	Seria melhor desistir, porque nada há que eu possa fazer para tornar as coisas melhores para mim.	C	E
54	Quando as coisas vão mal, me ajuda saber que elas não podem continuar assim para sempre.	C	E
55	Não consigo imaginar que espécie de vida será a minha em dez anos.	C	E
56	Tenho tempo suficiente para realizar as coisas que quero fazer.	C	E
57	No futuro, eu espero ter sucesso no que mais me interessa.	C	E
58	Meu futuro me parece incerto.	C	E
59	Acontece que tenho uma sorte especial e espero conseguir mais coisas boas da vida do que uma pessoa comum.	C	E
60	Simplesmente não consigo aproveitar as oportunidades e não há razão para que consiga, no futuro.	C	E
61	Minhas experiências passadas me prepararam bem para o futuro.	C	E
62	Tudo o que posso ver à minha frente é mais prazer do que desprazer.	C	E
63	Não espero conseguir o que realmente quero.	C	E
64	Quando penso no futuro, espero ser mais feliz do que sou agora.	C	E
65	As coisas simplesmente não se resolvem da maneira que eu quero.	C	E
66	Tenho uma grande fé no futuro.	C	E
67	Nunca consigo o que quero. Assim, é tolice querer qualquer coisa.	C	E
69	É pouco provável que eu vá obter qualquer satisfação real, no futuro.	C	E
68	O futuro me parece vago e incerto.	C	E
70	Posso esperar mais tempos bons do que maus.	C	E
71	Não adianta tentar realmente obter algo que quero, porque provavelmente não vou conseguir.	C	E

Apêndice F – Escala de agência pessoal – 28 itens

Estrutura final da Escala Agência Pessoal (5 dimensões e 28 itens)

Dimensões de Agency	Nova ordem do item	Item
Autoeficácia	1	Sou capaz de conseguir o que quero por conta própria.
	2	Consigo lidar bem com os desafios do meu trabalho e/ou dos estudos.
	12	Dou meu melhor quando quero fazer algo.
	17	Sei lidar bem com as pressões do dia a dia.
	25	Sinto que consigo dar conta do que acontece em minha vida.
Capacidade de resolução de problemas	9	Sinto-me fraco (a) para reagir quando acontece algo que me desagrada.
	13	Não sei o que fazer quando as coisas dão errado.
	14	Não me considero capaz de fazer coisas muito difíceis.
	16	Não sei o que fazer quando acontece algo diferente do esperado.
	18	Tenho dificuldade para solucionar problemas complicados.
Capacidade de Tomada de Decisões	28	Pequenas dificuldades me deixam desmotivado (a).
	11	Prefiro que os outros escolham o que é melhor para mim.
	15	Sou inseguro (a) quanto às minhas decisões.
	20	Acho difícil tomar decisões.
	21	Me considero uma pessoa indecisa.
Locus de Controle Interno	24	As pessoas me influenciam sem eu perceber.
	3	Conseguirei alcançar meus sonhos se eu seguir com a dedicação que eu tenho hoje.
	4	Sei o que fazer para conseguir coisas importantes.
	6	Procuro resolver problemas que me impedem de conseguir o que quero.
	7	Estou sempre motivado (a) para conseguir meus objetivos.
Planejamento	8	Meus planos se transformam em ações.
	19	Sei que hoje estou fazendo o melhor para meu futuro.
	5	Listo as coisas que precisam ser feitas.
	10	Planejo as coisas com antecedência.
	22	Costumo seguir tarefas planejadas anteriormente.
	23	Tenho em mente o que eu quero fazer nos próximos meses.
	26	Costumo planejar como será meu ano.
	27	Tenho uma rotina organizada.

Fonte: Dados da pesquisa (2023).