





## Escala de Personalidade com Emojis: Evidências de Validade e Fidedignidade

### Personality Emoji Scale: Validity and Reliability Evidences

Maria Thalita Cardoso Rezende<sup>1</sup>

 <http://orcid.org/0000-0002-0400-6448>


Thais Emanuele Galdino Pessoa<sup>3</sup>

 <https://orcid.org/0000-0001-7621-6789>

Isabella Leandra Silva Santos<sup>2</sup>

 <https://orcid.org/0000-0002-6525-3733>

Carlos Eduardo Pimentel<sup>4</sup>

 <https://orcid.org/0000-0003-3894-5790>

<sup>1,2,3,4</sup> Facultad de Psicología, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, Brazil.

<sup>1</sup> ✉ [mariathalita1999@gmail.com](mailto:mariathalita1999@gmail.com) <sup>2</sup> ✉ [isalss2010@gmail.com](mailto:isalss2010@gmail.com) <sup>3</sup> ✉ [thaisgaldino2025@gmail.com](mailto:thaisgaldino2025@gmail.com) <sup>4</sup> ✉ [cep@academico.ufpb.br](mailto:cep@academico.ufpb.br)

Recebido: 06/12/2022. Aceito: 14/01/2025.

**Resumo.** *Objetivo.* Apresentar evidências de validade e fidedignidade da Escala de Personalidade com Emojis, considerando que esta pode ser uma estratégia dinâmica e pouco explorada para mensuração das diferenças individuais. A medida utiliza diferentes emojis para ilustrar características dos Cinco Grandes Fatores. Ademais, também investigou-se a relação da escala com variáveis sociodemográficas. *Método.* Participaram 234 sujeitos, com idade média de 20.5 anos ( $DP = 5.60$ ). *Resultados.* Observou-se adequação do modelo com os cinco grandes traços de personalidade. A fidedignidade dos fatores variou entre .61 - .89, sendo observadas diferenças de gênero na amabilidade e extroversão. Finalmente, observaram-se correlações com outra medida de personalidade.

**Palavras-chave.** Traços de personalidade, cinco grandes fatores, construção de medida

**Abstract.** *Objective.* To present evidence of validity and reliability of the Emoji Personality Scale, considering that this may be a dynamic and little explored strategy for measuring individual differences. The scale uses different emojis to illustrate characteristics of the Big Five. In addition, this measure's relationship with sociodemographic variables was also investigated. *Method.* 234 individuals participated, with a mean age of 20.5 years ( $SD = 5.60$ ). *Results.* Model-fit indicators were observed for the five-factor model. Reliability ranged from .61 to .89, with gender differences observed in agreeableness and extraversion. Finally, correlations with another personality measure were observed.

**Keywords.** Personality traits, big five, measure construction



## Introdução

O século XXI, na esteira do seu desenvolvimento, trouxe uma série de tecnologias que evoluíram ao longo dos anos em todo cenário internacional, criando formas de comunicação cada vez mais diferenciadas. Um exemplo disso é a popularização dos emojis, imagens digitais que podem transmitir representações de emoções, opiniões e locais (Leite, 2018). Os emojis são uma linguagem utilizada nos ambientes virtuais nas mais diversas plataformas de comunicação, relacionados à expressão emocional e a comunicação não-verbal no contexto digital (Oliveira et al., 2018). A popularidade dos emojis é exemplificada por McCulloch (2015), que aponta que na rede social Instagram, metade todas as postagens têm emojis em seu conteúdo. Dessa forma, é inegável que essas imagens são parte indissociável da interação interpessoal virtual.

Mas, além dessa popularidade, por que é importante estudar essa nova forma de comunicação virtual? Inicialmente porque emojis possuem uma eficácia significativa em suplementar pistas verbais em mensagens comunicativas via linguagem escrita: uma mensagem, se acompanhada de emojis diferentes, pode significar coisas completamente opostas (Alshenqeeti, 2016). Essa afirmação é corroborada por resultados que indicam que até mesmo crianças menores que cinco anos conseguem associar emojis a estados emocionais (Liu & Li, 2021). Ademais, esses símbolos estão sendo cada vez mais utilizados para representar pensamentos, sentimentos, conceitos nas interações reais das pessoas, alguns autores destacam que os emojis correspondem a uma linguagem da nova geração (Alshenqeeti, 2016).

Estudos prévios também demonstram que os emojis podem ser utilizados no contexto de pesquisa: Lee et al. (2008), por exemplo, obtiveram resultados psicométricos satisfatórios a respeito do uso de emojis para a detecção de sintomas depressivos em pacientes com AVC. Similarmente, Settanni & Marenco (2015) observaram que a utilização de emojis

em postagens era um indicador dos níveis de estresse do usuário. O uso de emojis também impacta o processamento de informações e o processo de atribuição social nas interações (Boutet et al., 2021).

Nessa perspectiva, também é observada uma relação entre o uso de emojis e a personalidade, em especial utilizando o modelo dos *Big Five* (cinco grandes fatores). Esse modelo foi desenvolvida com base em dados psicométricos, buscando uma proposta de organização da personalidade sem bases teóricas exclusivas (John, 2021). Nesse sentido, os cinco grandes fatores da personalidade têm sido extensamente estudados por possibilitarem uma descrição simplificada da personalidade através de cinco dimensões gerais: Extroversão, Amabilidade, Consciência, Neuroticismo e Abertura à Experiência (Silva & Nakano, 2011).

Duas características centrais desse modelo são sua organização hierárquica e em traços. A ideia de traços remete ao fato de que todas as pessoas possuem algum nível daquela característica: nesse sentido, não existem sujeitos “não-neuróticos”, por exemplo, apenas que possuem baixos níveis desse traço (Costa Jr. & McCrae, 2017). Já a organização hierárquica se refere a noção que as dimensões gerais seriam conjuntos de características menores que se assemelha entre si (John, 2021).

Mas quais são os cinco grandes fatores? A amabilidade é caracterizada por comportamento pró-social, companheirismo e empatia, incentivando a evitação de conflitos e o desejo por harmonia nos grupos sociais (Graziano & Tobin, 2017). A conscienciosidade, por sua vez, engloba a disciplina, responsabilidade e foco em objetivos. Já a extroversão é caracterizada pela assertividade e sociabilidade, consequentemente, em uma busca de contato social frequente (Wilt & Revelle, 2017).

O neuroticismo (por vezes referido pelo seu polo socialmente desejável, estabilidade emocional) captura diferenças na frequência e intensidade das emoções negativas, bem como a vulnerabilidade a situações problemáticas e a frustração (Tackett & Lahey, 2017). Por fim, a abertura à experiência que

descreve o interesse pela criatividade, imaginação e busca de novas vivências: também são características da abertura a flexibilidade cognitiva e a busca de novas experiências (Gosling, 2008; Tomaz et al., 2013).

Mas afinal, como se relacionam uso de emojis e esses traços? Hall e Pennington (2013) por exemplo, em seus achados mostraram que a frequência de uso de emojis entre usuários do Facebook estava positivamente relacionada a extroversão. Já Liu e Sun (2020), aprofundam essa informação, apontando as principais motivações para uso de emojis associadas à personalidade: maior amabilidade está relacionada positivamente ao uso de emojis para expressar emoções, deixar a mensagem mais clara, melhorar o humor e mostrar senso de humor; já a extroversão e o neuroticismo se relacionam com o uso para evitar situações desconfortáveis, com a diferença que o primeiro se relaciona negativamente e o segundo positivamente.

Desse modo, considerando a relevância dos emojis na comunicação online e sua relação com a personalidade, um estudo de Marengo et al. (2017) objetivou desenvolver uma escala de mensuração da personalidade utilizando emojis. Os autores selecionaram os emojis por meio de três grupos focais

prévios com 8 estudantes universitários, que discutiram: como emojis se relacionam com a personalidade; e quais emojis representam características específicas desse construto. Finalmente, a amostra final respondeu o quanto se identificavam com um conjunto de 91 emojis. Ao fim das análises, a pesquisa conseguiu desenvolver um instrumento que mensurava apenas três dimensões (extroversão, amabilidade e neuroticismo), composto completamente por emojis de expressões emocionais faciais (e.g., *smiling face* representando a amabilidade). Apesar disso, esse estudo se destaca por ser o primeiro a trabalhar esse objetivo.

Posteriormente, no contexto brasileiro, Rezende et al. (2021) apresentaram a Escala de Personalidade com emojis (Figura 1), composta de 25 itens (cinco em cada dimensão, utilizando emojis do WhatsApp), que conseguiu suprir a limitação relatada por Marengo et al. (2017). Para o desenvolvimento do instrumento, uma equipe de psicólogos designou, dentre uma seleção inicial de 37 emojis, quão bem eles descreviam cada um dos traços de personalidade, sendo utilizados na escala aqueles que obtiveram uma média mais alta para cada fator. A escala demonstrou resultados preliminares psi-

Figura 1. Escala de Personalidade com emojis

Amabilidade	Abertura	Conscienciosidade	Extroversão	Neuroticismo
8- 	6- 	5- 	1- 	12- 
9- 	13- 	15- 	2- 	21- 
10- 	18- 	16- 	3- 	22- 
11- 	19- 	17- 	4- 	23- 
14- 	25- 	20- 	7- 	24- 

cometricamente significativos, com evidências de validade e fidedignidade. Apesar disso, ainda são necessárias análises mais aprofundadas com esse instrumento, como análises de adequação do modelo, por exemplo.

Nesse sentido, considerando que a personalidade é a base para diversos fenômenos psicológicos, e que nem sempre é possível mensurá-la adequadamente através do método de autorrelato tradicional, este estudo objetivou realizar a análise fatorial confirmatória da Escala de Personalidade com emojis, bem como observar suas relações com características sociodemográficas.

## Método

### Tipo de investigação

O presente estudo utilizou o método quantitativo correlacional. A seguir são apresentados detalhes referentes a sua realização.

### Participantes

O estudo foi realizado no contexto virtual, realizando-se o convite por meio das redes sociais e da divulgação do link em ambientes públicos. A amostra contou com 234 participantes membros da população geral, sendo majoritariamente do sexo feminino (65%), solteiros (88.50%) e com ensino superior incompleto (78.60%). A média de idade dos participantes foi de 23.95 anos ( $DP = 7.97$ ;  $EP = .52$ ). Tratou-se de uma amostra não-probabilística por conveniência, onde a participação só ocorreu mediante assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

### Instrumentos

#### Escala de Personalidade com emojis

Trata-se de um instrumento de autorrelato com 25 itens representados por emojis, utilizado para mensurar os Cinco Grandes Fatores da Personalidade. É respondido numa escala tipo Likert de sete pontos, onde o participante deve indicar o quanto cada imagem o representa. Uma versão preliminar foi testada

por [Rezende et al. \(2021\)](#), obtendo resultados psicometricamente satisfatórios, com alfas variando de .57 (Conscienciosidade) a .89 (Amabilidade) e explicando 60,85% da variância total da escala.

#### Ten-Item Personality Inventory

Desenvolvida por [Gosling et al. \(2003\)](#) e traduzida e testada no contexto brasileiro por [Pimentel et al. \(2014\)](#), trata-se de uma medida de 10 itens, onde cada traço de personalidade é mensurado por um par de afirmações. É respondida numa escala tipo-likert de sete pontos. Também é importante ressaltar que a TIPI mensura o polo positivo do neuroticismo, a estabilidade emocional.

#### Questionário sociodemográfico

Para caracterizar a amostra do estudo, ao final do questionário foram incluídas questões acerca da idade, gênero, estado civil e educação.

#### Procedimentos

Após a aprovação do Comitê de Ética da Universidade Federal da Paraíba, foi realizada a seleção dos emojis a comporem o instrumento, usando como base as definições dos traços de personalidade, bem como resultados obtidos por [Marengo et al. \(2017\)](#).

Para uma análise inicial desses itens, foi solicitada a participação de cinco juízes no processo de adaptação da escala de emojis. Todos os juízes eram psicólogos e alunos da pós-graduação da Universidade Federal da Paraíba. Nessa análise, foi obtido um percentual de concordância de 80%, iniciando-se assim a fase de coleta com a população geral.

A coleta de dados foi realizada virtualmente, através de um questionário desenvolvido no *Google Forms* e compartilhado nas redes sociais dos pesquisadores. Os participantes poderiam entrar em contato com os pesquisadores via e-mail a qualquer momento para esclarecimento de dúvidas. É importante salientar que a participação no estudo só ocorreu após a concordância com o TCLE (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido), e que foram seguidas as diretrizes de pesquisa com seres humanos tal qual apresentadas na Resolução 510/16.

## Análise de dados

Foi utilizado o *software* JASP (2022) para realizar as análises de dados. Inicialmente foi realizada uma análise fatorial confirmatória, observando-se os índices de adequação do modelo. Utilizando o estimador DWLS e 1000 reamostragens (*bootstrap*), foram observados os seguintes índices de adequação: o  $\chi^2/gf$  (valores menores ou iguais a dois são o ideal), o *Goodness-of-Fit Index* e o *Comparative Fit-Index* (GFI e CFI consideram valores iguais ou acima de .90 como aceitáveis), o *Root-Mean-Square Error of Approximation* (RMSEA, valores até .08 são significativos) e o *Root-Mean-Square-of-Residuals* (RMSR), que aceita valores até .10 (Byrne, 2012; Hu & Bentler, 1999; Kline, 2016; Marôco, 2010).

Ademais, também foram realizadas: análises de confiabilidade, MANOVA (para observar diferenças de gênero), e correlações bivariadas (para analisar as relações com a TIPI, outra medida dos Cinco Grandes Fatores), além de estatísticas descritivas para caracterizar a amostra.

## Resultados

### Análise Fatorial Confirmatória

O modelo contendo todos os itens apresentou os seguintes índices de adequação para os cinco grandes fatores da personalidade:  $\chi^2/gf = 99$ ; GFI = .96; CFI = .99; TLI = .99; RMSEA = .01 (IC 90% .01-.03); e SRMR = .06. Com exceção do fator conscienciosidade, todos os fatores apresentaram confiabilidade acima de .70 ( $\alpha$  Amabilidade = .88,  $\omega$  Amabilidade = .89;  $\alpha$  Extroversão = .87,  $\omega$  Extroversão = .87;  $\alpha$  Neuroticismo = .86,  $\omega$  Neuroticismo = .86;  $\alpha$  Abertura = .75,  $\omega$  Abertura = .76;  $\alpha$  Conscienciosidade = .59,  $\omega$  Conscienciosidade = .61). A organização fatorial em detalhes, bem como a covariância dos fatores, pode ser observada na [Figura 2](#).

### MANOVA

Os resultados indicaram uma diferença significativa entre homens e mulheres nos traços de personalidade ( $\Lambda$  de Wilks = .906;  $F[5, 228] = 4718$ ;  $p$

= .001;  $\eta^2 = .094$ ). As participantes do sexo feminino apresentaram pontuações mais altas em todos os fatores, especialmente na amabilidade (média feminina = 579; média masculina = 516). Também foi conduzida uma ANOVA individual para cada variável, avaliada a um nível de significância de .01 (correção de Bonferroni). Os resultados apontaram efeitos univariados apenas para a amabilidade ( $F[1, 233] = 15,850$ ;  $p = .001$ ;  $\eta^2 = .064$ ) e a extroversão ( $F[1, 233] = 16950$ ;  $p = .001$ ;  $\eta^2 = .068$ ).

### Correlações Bivariadas

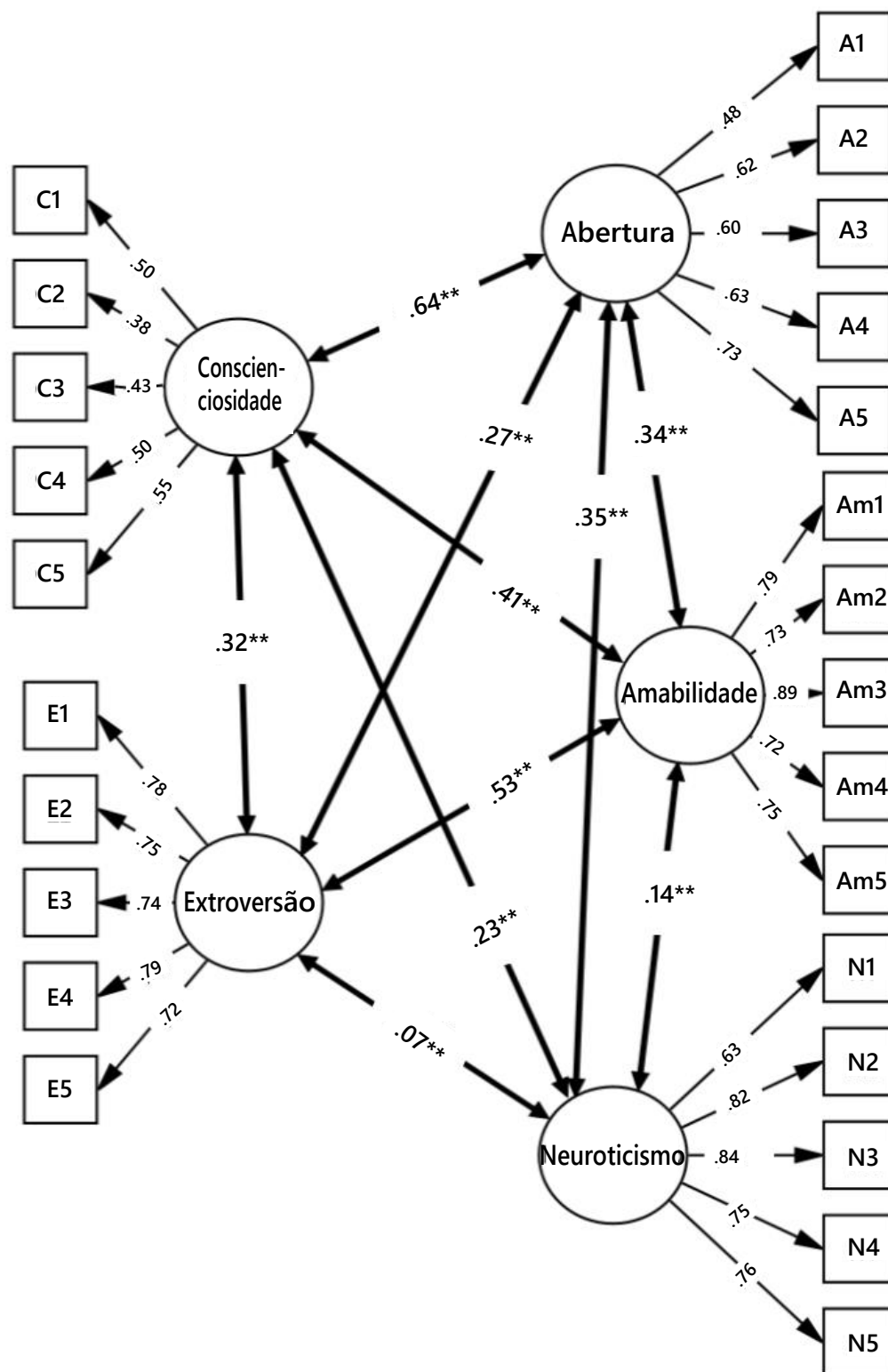
Finalmente, foram observadas as correlações entre os fatores da Escala e emojis e da TIPI. Como apontado pela [Tabela 1](#), extroversão ( $r = .46$ ;  $p < .01$ ), amabilidade ( $r = .23$ ;  $p < .01$ ) e neuroticismo/estabilidade ( $r = -.40$ ;  $p < .01$ ) apresentaram correlações significativas dentre às duas escalas.

## Discussão

O presente estudo objetivou apresentar evidências psicométricas da Escala de Personalidade com emojis, bem como observar suas relações com características sociodemográficas. De modo geral, foi possível observar que a estrutura fatorial proposta no estudo preliminar se manteve, demonstrando assim a validade e fidedignidade do instrumento. Também foram observadas diferenças de gênero nas respostas e correlações com outra medida curta de personalidade, que serão discutidas a seguir.

Inicialmente, é importante salientar que a escala apresentou índices de adequação do modelo que condizem com os valores estabelecidos pela literatura como psicometricamente satisfatórios (Byrne, 2012; Hu & Bentler, 1999; Kline, 2016; Marôco, 2010). Tratando da confiabilidade, amabilidade, extroversão e neuroticismo apresentaram os maiores valores. Esses fatores também apresentaram correlações significativas com os fatores da TIPI, outro instrumento de autorrelato que mensura os *Big Five*. Como apontado por Marengo et al. (2017) esses três traços podem ser mais facilmente representados por emojis por sua ligação mais direta com as emoções.

Figura 2. Organização Fatorial da Escalas



**Tabela 1.** Correlações Bivariadas

	Média (DP)	Idade	AbTI	CoTI	ExTI	AmTI	EsTI
AbEM	4.70 (1.26)	-.06	.08	.04	.08	-.06	-.23**
CoEM	4.81 (1.17)	-.03	.06	.11	.02	-.01	-.02
ExEM	5.05 (1.32)	-.05	.21**	.06	.46**	.20**	-.14*
AmEM	5.57 (1.18)	.04	-.01	.15*	.10	.23**	.04
NeEM	4.17 (1.32)	-.10	-.12	-.29**	-.10	-.20**	-.40**

*Nota.* AbEM: Abertura - Escala de emojis; CoEM: Conscienciosidade - Escala de emojis; ExEM: Extroversão - Escala de emojis; AmEM: Amabilidade - Escala de emojis; NeEM: Neuroticismo - Escala de emojis; AbTI: Abertura - TIPI; CoEM: Conscienciosidade - TIPI; ExTI: Extroversão - TIPI; AmTI: Amabilidade - TIPI; EsTI: Estabilidade emocional - TIPI.

\* =  $p < .05$ ; \*\* =  $p < .01$ .

A amabilidade apresentou como itens, de modo geral, expressões gentis de felicidade e corações, representando características como simpatia, afeição e calor emocional, presentes em pessoas com altos níveis desse traço (Crowe et al., 2017). Estudos futuros podem ampliar a medida de modo a abranger outras características centrais do traço, como a tendência a comportamento pró-social, por exemplo. Contudo, destaca-se que apesar de se correlacionar significativamente com seu fator correspondente na TIPI, o tamanho de efeito foi consideravelmente menor que os observados para o neuroticismo e a extroversão.

Já o neuroticismo foi representado pelos emojis "expressão aliviada, porém triste", "chorando", "face perturbada", "cabeça explodindo" e "face preocupada". Esse traço de personalidade tem como características à vulnerabilidade a afetos negativos, sintomas ansiosos e depressivos e a autoconsciência negativa (Kim et al., 2017). A extroversão, por

outro lado, foi representada por expressões felizes, brincalhonas e divertidas, como o emoji rolando no chão e rindo, que retratam características da extroversão como a tendência a experienciar afetos positivos e o entusiasmo (Lyon et al., 2020). Assim, a escala de emojis representa de maneira coerente aspectos centrais desses traços.

O traço de personalidade abertura à experiência foi caracterizada por emojis associados à arte e filmes, indo conforme a literatura sobre esse traço, que descreve pessoas com interesses diversificados e que valorizam experiências artísticas complexas (Nandi & Nicoletti, 2014). Apesar disso, não se observou uma correlação significativa entre o fator da escala de emojis e o da TIPI para esse traço de personalidade. Uma explicação para esses resultados é que, enquanto os itens da escala de emojis tem como foco a faceta de interesses artísticos desse traço, a TIPI destaca o pensamento não convencional e a complexidade (Cheek & Norem, 2020; Gos-

ling et al., 2003). Nesse sentido, estudos posteriores podem comparar a medida com outras escalas de abertura que abordem características similares, especificamente a faceta estética do traço (interesse em arte, poesia, música e afins) (Woo et al., 2013).

Uma explicação similar pode ser proposta para a ausência de relação entre os dois fatores que mensuraram a conscienciosidade, já que a TIPI tem como foco a organização e a autodisciplina, duas questões complexas de representar através de imagens simples (Gosling et al., 2003). Esse também foi o único fator da escala de emojis que apresentou um índice de confiabilidade abaixo de .70.

Investigações posteriores podem investigar a necessidade de adicionar ou substituir emojis ao item, de modo a caracterizar mais propriamente as facetas do traço, como à orientação a cumprir as regras e o autocontrole (Schmidt et al., 2018). Apesar disso, é importante salientar que a quantidade de itens de uma escala/fator também impacta os valores observados em índices de confiabilidade (Gadermann et al., 2012).

Uma última explicação pode ser proposta considerando a alta covariância entre os fatores abertura e conscienciosidade na escala desenvolvida: ambos os fatores também não se relacionam a seus equivalentes na TIPI, como previamente discutido. Uma explicação é que alguns dos emojis utilizados para representar a conscienciosidade (a lupa e o balão de pensamento) podem também ser interpretados como aspectos da abertura, como a curiosidade e a ingenuidade (Woo et al., 2013). Essa possibilidade pode ser investigada por estudos posteriores, e caso necessário, ajustes nos emojis podem ser realizados.

Adicionalmente, analisou-se a diferença entre participantes homens e mulheres para a Escala de Personalidade com emojis, observando-se efeitos univariados para a amabilidade e a extroversão, com as mulheres pontuando mais alto em ambos os fatores. Esses resultados vão de acordo com dados obtidos com outras medidas dos *Big Five*, como apontado por Weisberg et al. (2011), trazendo mais

evidências da adequabilidade da medida apresentada no presente estudo.

Apesar dos resultados aqui apresentados expandiremos tentativas prévias de utilização de emojis para mensuração da personalidade, o estudo não está livre de limitações. A primeira delas diz respeito a amostra utilizada, não-probabilística por conveniência, que dificulta a generalização dos dados. Além disso, poderia ter-se investigado se a frequência que os participantes utilizavam emojis em suas interações virtuais se relacionava a forma que respondiam à escala.

Outra limitação foi o fato do desenvolvimento da escala focar nas características gerais dos *Big Five*, não abordando suas facetas específicas: apesar dessa abordagem gerar mais facilmente um instrumento breve para mensurar todos os cinco traços em pesquisas maiores, estudos futuros podem desenvolver medidas mais detalhadas usando esses resultados como base. Por outro lado, a escala em seu formato atual pode ser utilizado em pesquisas que necessitem de uma medida mais curta, seja pelo público-alvo (e.g., adolescentes) ou quantidade de variáveis envolvidas.

Uma última questão, já discutida anteriormente, é que a validade convergente foi testada apenas com uma medida de personalidade, a TIPI, que por sua natureza ainda mais breve que o instrumento desenvolvido, pode ter enviesado as correlações entre às duas medidas. Estudos futuros podem comparar o instrumento com escalas mais extensas já validadas no mesmo contexto, como o *Big Five Inventory-44* (que passou por uma reavaliação de sua validade recentemente, por Mastrascusa et al., 2023).

A mensuração psicológica necessita de adaptações para os diferentes contextos, de modo a aferir seus construtos de interesse de formas claras e acessíveis para o público-alvo. No que diz respeito a medidas de personalidade, soluções além do autorrelato tradicional são cada vez mais buscadas. Apesar disso, o cuidado para se assegurar que as diferenças individuais são de fato abordadas por técnicas alternativas é necessário. Desse modo, espera-se

que o presente estudo possa contribuir com futuras pesquisas acerca do tema no contexto brasileiro.

## Referências

- Alshenqeti, H. (2016). Are emojis creating a new or old visual language for new generations? A socio-semiotic study. *Advances in Language and Literary Studies*, 7(6), 56-69. <https://papers.ssrn.com/abstract=3709343>
- Boutet, I., LeBlanc, M., Chamberland, J. A., & Collin, C. A. (2021). Emojis influence emotional communication, social attributions, and information processing. *Computers in Human Behavior*, 119, 106722. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106722>
- Byrne, B. M. (2012). *Structural equation modeling with Mplus*. Routledge.
- Cheek, N. N., & Norem, J. K. (2020). Are Big Five Traits and Facets Associated With Anchoring Susceptibility? *Social Psychological and Personality Science*, 11(1), 26–35. <https://doi.org/10.1177/1948550619837001>
- Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (2017). The NEO Inventories as instruments of psychological theory. In T. A. Widiger (Ed.), *The Oxford handbook of the Five Factor Model* (pp. 11–37). Oxford University Press.
- Crowe, M. L., Lynam, D. R., & Miller, J. D. (2017). Uncovering the structure of agreeableness from self-report measures. *Journal of Personality*, 86(5), 771-787. <https://doi.org/10.1177/1948550619837>
- Gadermann, A., Guhn, M., & Zumbo, D. (2012). Estimating ordinal reliability for Likert-type and ordinal item response data: A conceptual, empirical, and practical guide. *Practical Assessment, Research and Evaluation*, 17. <https://openpublishing.library.umass.edu/pare/article/id/1351/>
- Gosling, S. D. (2008). Personality in Non-human Animals. *Social and Personality Psychology Compass*, 2(2), 985–1001. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2008.00087.x>
- Gosling, S. D., Rentfrow, P. J., & Swann Jr., W. B. (2003). A very brief measure of the Big-Five personality dimensions. *Journal of Research in Personality*, 37, 504–528. [https://doi.org/10.1016/S0092-6566\(03\)00046-1](https://doi.org/10.1016/S0092-6566(03)00046-1)
- Graziano, W., & Tobin, R. (2017). Agreeableness and the Five Factor Model. Em T. A. Widiger (Ed.), *The Oxford Handbook of the Five Factor Model* (pp. 105-132). Oxford University Press.
- Hall, J. A., & Pennington, N. (2013). Self-monitoring, honesty, and cue use on Facebook: The relationship with user extraversion and conscientiousness. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1556-1564. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.01.001>
- Hu, L., & Bentler, P. (1999). Cutoff criteria for fit indices in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6, 1-55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- JASP Team. (2022). *JASP* (Version 0.16.3)[Computer software].
- Jackson, J., & Roberts, B. (2017). Conscientiousness. Em T. A. Widiger (Ed.), *The Oxford Handbook of the Five Factor Model* (pp. 133-147). Oxford University Press.
- John, O. P. (2021). History, measurement, and conceptual elaboration of the Big-Five trait taxonomy: The paradigm matures. In O. P. John & R. W. Robins (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research* (4th ed., pp. 35-82). The Guilford Press.
- Kim, S., Kim, H., Yun, Y., Heo, S., Cho, J., Kwon, M., Chang, Y., Ryu, S., Shin, H., Cho, N., Sung, Y., & Kim, H. (2017). Meta-analysis of genome-wide SNP- and pathway-based associations for facets of neuroticism. *Journal of Human Genetics*, 62, 903-909. <https://www.nature.com/articles/jhg201761>
- Kline, R. B. (2016). *Principles and practice of Structural Equation Modeling*. Guilford Publications.
- Lee, A. C. K., Tang, S. W., Yu, G. K. K., & Cheung, R. T. F. (2008). The smiley as a simple screening tool for depression after stroke: A preliminary study. *International journal of nursing studies*, 45(7), 1081-1089. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/17707824/>
- Leite, H. L. D. A. (2018). *Observações do uso dos emojis: aspectos sintáticos, semânticos e pragmáticos na re-*

- tórica visual de mensagens digitais [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Pernambuco]. Attena. Repositório Digital da UFPE. <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/32978>
- Liu, S., & Li, N. (2021). Going virtual in the early years: 30-month-old toddlers recognize commonly used emojis. *Infant Behavior and Development*, 63, 101541. <https://doi.org/10.1016/j.infbeh.2021.101541>
- Liu, S., & Sun, R. (2020). To express or to end? Personality traits are associated with the reasons and patterns for using emojis and stickers. *Frontiers in Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01076>
- Lyon, K. A., Juhasz, G., Brown, L. J. E., & Elliott, R. (2020). Big Five personality facets explaining variance in anxiety and depressive symptoms in a community sample. *Journal of Affective Disorders*, 274, 515-521. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32663984/>
- Marengo, D., Giannotta, F., & Settanni, M. (2017). Assessing personality using emoji: An exploratory study. *Personality and Individual Differences*, 112, 74-78. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.02.037>
- Marôco, J. (2010). *Análise de equações estruturais*. Report Number.
- Mastrascusa, R., De Oliveira, M. L., De Albuquerque, N. S., Virissimo, S. L., Foletto, M., Vieira, B., De Lara, W., Moret-Tatay, C., & Quarti, T. (2023). Evaluating the complete (44-item), short (20-item) and ultra-short (10-item) versions of the Big Five Inventory (Bfi) in the Brazilian population. *Scientific Reports*, 13(1), 7372. <https://doi.org/10.1038/s41598-023-34504-1>
- McCulloch, G. (2015). *Emojineering part 1: Machine learning for emoji trends*. All Things Linguistic. <https://allthingslinguistic.com/post/124609017512/emojineering-part-1-machine-learning-for-emoji>
- Nandi, A., & Nicoletti, C. (2014). Explaining personality pay gaps in the UK. *Applied Economics*, 46(26), 3131-3150. <https://doi.org/10.1080/00036846.2014.922670>
- Oliveira, A. L. A. M., Cunha, G. X., & Avelar, F. T. (2018). Emojis como estratégias de reparo em pedidos de desculpas: um estudo sobre conversas em ambiente digital. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, 57(3), 1615-1635. <https://doi.org/10.1590/010318138653341440311>
- Pimentel, C., Ferreira, D., Vargas, M., Maynard, V., & Mendonça, D. (2014). Preferência por estilos de filmes e suas diferenças nos cinco fatores de personalidade. *Pesquisas e Práticas Psicossociais*, 9(2), 232-244. [https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1809-89082014000200009](https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-89082014000200009)
- Rezende, M. T. C., Santos, I. L. S., & Pimentel, C. E. (2021). Escala de Personalidade baseada em emojis: Resultados preliminares. Em E. L. Abreu & M. Silva. Barboza (Orgs.), *Psicologia na Atualidade: Contextos de Formação e Atuação* (pp. 53-62). Editora UFPB.
- Schmidt, F. T. C., Nagy, G., Fleckenstein, J., Möller, J., & Retelsdorf, J. (2018). Same same, but different? Relations between facets of conscientiousness and grit. *European Journal of Personality*, 32(6), 705-720. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1002/per.2171>
- Settanni, M., & Marengo, D. (2015). Sharing feelings online: Studying emotional well-being via automated text analysis of Facebook posts. *Frontiers in Psychology*, 6, 1045. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.01045>
- Silva, I. B., & Nakano, T. C. (2011). Modelo dos cinco grandes fatores da personalidade: análise de pesquisas. *Avaliação Psicológica: Interamerican Journal of Psychological Assessment*, 10(1), 51-62. [https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1677-04712011000100006](https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-04712011000100006)
- Tackett, J., & Lahey, B. (2017). Neuroticism. Em T. A. Widiger (Ed.), *The Oxford Handbook of the Five Factor Model* (pp. 39-56). Oxford University Press.
- Tomaz, R. S. R., Zanini, D. S., & de Faria, M. R. R. B. (2013). Desenvolvimento de uma Medida para Avaliação de Personalidade Baseado no Modelo "Big Five". *Revista Fragmentos De Cultura - Revista Interdisciplinar De Ciências Humanas*, 23(4), 507-514. <https://doi.org/10.18224/frag.v23i4.2977>
- Weisberg, Y. J., DeYoung, C. G., & Hirsh, J. B. (2011). Gender differences in personality across the ten aspects of the Big Five. *Frontiers in Psychology*, 2, 178. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2011.00178>

- 
- Wilt, J., & Revelle, W. (2017). Extraversion. Em T. A. Widiger (Ed.), *The Oxford Handbook of the Five Factor Model* (57-82). Oxford University Press.
- Woo, S. E., Chernyshenko, O. S., Longley, A., Zhang, Z.-X., Chiu, C.-Y., & Stark, S. E. (2013). Openness to experience: Its lower level structure, measurement, and cross-cultural equivalence. *Journal of Personality Assessment*, *96*(1), 29-45. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/23795950/>