

Personalidade, Satisfação e Estilos de Humor no Trabalho

Allana Matos de Andrade

Fucape Business School - Brasil
allana.matos@gmail.com

Bruno Felix von Borell de Araujo

Fucape Business School - Brasil
bfelix@fucape.br

Ariana Marchezi de Souza

Universidade Federal do Espírito Santo - Brasil
arianamds@yahoo.com.br

Resumo

Esta pesquisa analisou como os traços de personalidade e a satisfação no trabalho influenciam o uso dos estilos de humor no ambiente de trabalho. Foram obtidas 728 respostas válidas e as relações hipotetizadas foram testadas utilizando a Modelagem de Equações Estruturais através do Software SmartPLS 2.0. Os resultados mostraram que o humor não é exclusivo de um perfil específico e que os traços de personalidade podem refletir formas diferentes de expressar o humor. O estudo mostrou que a Satisfação no Trabalho pode promover a expressão do Estilo de Humor Autopromovedor e que indivíduos satisfeitos tendem a usar menos o Estilo de Humor Agressivo no ambiente de trabalho. De modo geral, os resultados revelaram que o Humor pode ser influenciado também por características ambientais, pelo contexto em que a pessoa se situa, demonstrando que as diferenças nos Estilos de Humor dos indivíduos não são somente reflexos de características individuais.

Palavras-chave: estilos de humor, personalidade, satisfação no trabalho, humor no ambiente de trabalho, equações estruturais.

Personality, Satisfaction and Humor Styles at Work

Allana Matos de Andrade

Fucape Business School - Brasil
allana.matos@gmail.com

Bruno Felix von Borell de Araujo

Fucape Business School - Brasil
bfelix@fucape.br

Ariana Marchezi de Souza

Universidade Federal do Espírito Santo - Brasil
arianamds@yahoo.com.br

Abstract

This research examined how personality traits and job satisfaction influence the use of humor styles in the workplace. 728 valid responses were obtained and the hypothesized relationships were tested using Structural Equation Modeling through the SmartPLS 2.0 Software. The results showed that the humor is not exclusive to a specific profile and personality traits may reflect different ways of expressing the humor. The study showed that the Job Satisfaction can promote the expression of Self-enhancing Humor Style and satisfied individuals tend to use less Aggressive Humor Style on the workplace. Overall, the results revealed that humor can also be influenced by environmental characteristics, the context in which the person is located, indicating that the differences in the humor styles individuals are not only reflections of individual characteristics.

Keywords: humor styles, personality, job satisfaction, humor in the workplace, structural equations.

As organizações têm procurado formas de obter melhores resultados através da gestão de pessoas e compreender o papel multifuncional do humor nas organizações pode contribuir para uma gestão eficaz de pessoal (Romero & Cruthirds, 2006). O humor é um elemento de interação humana que desempenha um papel importante para a comunicação interpessoal, ao potencializar a socialização, facilitar as interações interpessoais e reduzir a distância social entre as pessoas (Martineau, 1972). O uso adequado do humor no ambiente de trabalho pode ser benéfico para as organizações, reduzindo o estresse, aumentando a coesão do grupo, melhorando a comunicação, estimulando a criatividade, a construção da cultura organizacional (Romero & Cruthirds, 2006) e o desempenho (Romero & Arendt, 2011), além dos efeitos sobre os resultados pessoais dos indivíduos.

Estudos anteriores concentraram-se em analisar os consequentes do uso do humor, considerando seus diferentes efeitos sobre a autoestima, criatividade, satisfação com a vida, desempenho, comprometimento organizacional, socialização, cooperação de equipe, cultura organizacional, estresse e tensão dos empregados, ansiedade e *burnout* (Kazarian & Martin, 2004; Romero & Cruthirds, 2006; Vernon, Villani, Schermer, Kirilovic, Martin, Petrides, Spector, & Cherkas, 2009; Romero & Arendt, 2011; Mesmer-Magnus, Glew, & Viswesvaran, 2012; Huo, Lam & Chen, 2012).

Apesar da contribuição desses estudos, persistem algumas lacunas de pesquisas a respeito do tema. Primeiro, o humor costuma ser visto como um conceito unidirecional (Mesmer-Magnus et al., 2012), embora autores como Martin et al. (2003) e Vecchio et al. (2009) ressaltem se tratar de um construto que pode apresentar manifestações positivas e negativas. Segundo, em decorrência disso, os possíveis antecedentes dos estilos de humor, positivos ou negativos, intrapsíquicos ou interpessoais, precisam ser investigados.

Na pesquisa psicológica, três teorias básicas tentam explicar a origem do humor: incongruência, alívio e superioridade (Lynch, 2002). A teoria da incongruência supõe que o humor é proveniente da incoerência, de ideias desconexas, das situações divergentes do habitual e da capacidade de uma pessoa detectar e resolver parcialmente essa incongruência (Ruch, 2008). Já a teoria do alívio considera como pré-requisito para a ocorrência do humor uma situação desagradável regada por sentimentos negativos, geralmente relacionados a tabus sociais, como doença, pobreza ou sexo (Mathies, Chiew & Kleinaltenkamp, 2016). Finalmente, a teoria da superioridade aponta que o humor decorre de interações

interpessoais que representam competições diárias, com vencedores e perdedores; as ocorrências humorísticas são apreciadas principalmente pelos vencedores, que riem da estupidez e da falta de clareza de outras pessoas ou da satisfação por alcançarem o desejável numa interação competitiva (Gruner, 2000).

Os estudos sobre humor geralmente utilizam dessas abordagens clássicas para explicar as origens do humor (Lynch, 2002). Embora contenham diferentes embasamentos, as três teorias do humor remetem a duas categorias de antecedentes do humor: fatores externos ou situacionais que potencializam o humor e características internas ou pessoais que permitem colher o potencial humorístico de uma situação (Ruch, 2008).

Diante do exposto, esta pesquisa busca responder: Como os traços de personalidade e a satisfação no trabalho influenciam o uso de diferentes estilos de humor nas organizações? O objetivo central consiste em compreender, a partir da escolha de cinco características pessoais e de um fator situacional, como os traços de personalidade e a satisfação no trabalho influenciam o uso dos estilos de humor nas organizações. Para tanto, desenvolveu-se uma pesquisa de natureza quantitativa com corte transversal e do tipo descritiva com dados primários. Os instrumentos utilizados para o levantamento dos dados foram os questionários validados Humor Styles Questionnaire (HSQ) de Martin et al. (2003), Inventário dos Cinco Grandes Fatores de Personalidade (IGFP-5) de Andrade (2008) e a escala de Satisfação no Trabalho proposta por Price e Mueller (1981). Hipóteses foram formuladas e as relações entre as variáveis foram analisadas por meio de Modelagem de Equações Estruturais. Dado que os três instrumentos já foram anteriormente validados e que a proposta do estudo é analisar os antecedentes dos estilos de humor, optou-se por testar o modelo no Smart PLS.

A relevância e a novidade proposta pelo presente estudo é justamente compreender os preditores dos estilos, ao contrário de estudos anteriores que se dedicaram a determinar os consequentes do uso de determinados estilos de humor ou somente analisar as correlações entre os estilos e outras variáveis sem determinar nenhum tipo de causalidade.

Este estudo contribui para o avanço das pesquisas sobre o humor no ambiente de trabalho, já que se concentra em identificar a etiologia dos estilos de humor, através da análise dos diferentes traços de personalidade, características internas e pessoais, e da satisfação no trabalho, fator externo e situacional, no uso de determinados estilos de humor.

Identificar os fatores que conduzem à expressão dos diferentes estilos de humor contribui para a gestão de pessoas das organizações selecionar indivíduos com o perfil adequado e desenvolver, ou modificar, fatores externos que possam estimular o uso de estilos de humor benéficos capazes de contribuir para o alcance de objetivos organizacionais.

Referencial Teórico

Estilos de Humor no Trabalho

Diversas teorias de humor têm sido abordadas por filósofos e teóricos ao longo dos séculos, desde Platão e Aristóteles até, mais recentemente, Freud (Martin, 1998). Desde o início da década de 1980, parte desta investigação ampliou o foco para as formas de expressar, criar e apreciar o humor e centrou-se sobre os seus potenciais efeitos benéficos sobre a saúde física, psicossocial e bem-estar (Lefcourt, Davidson, Prkachin, & Mills, 1997; Martin, 1998; Lefcourt, 2001; Martin, 2001). Como o humor também ajuda as pessoas a socializar e facilita as interações interpessoais reduzindo a distância social entre elas (Martineau, 1972), pesquisas recentes têm se concentrado em analisar esse fenômeno no ambiente de trabalho (Romero & Cruthirds, 2006; Romero & Arendt, 2011; Wood, Beckmann, e Rossiter, 2011; Huo et al., 2012; Mesmer-Magnus et al., 2012).

O humor no trabalho foi definido por Romero e Cruthirds (2006) como comunicações divertidas capazes de produzir emoções positivas e cognições do indivíduo, grupo ou organização. O senso de humor pode propiciar aos indivíduos benefícios na saúde, uma vez que ele atua como um importante mecanismo de defesa para lidar com o estresse (Martin & Lefcourt, 1983; Lefcourt et al., 1997; Kuiper, Martin, & Olinger, 1993). Apesar da evidência dos efeitos benéficos do humor, há indícios de que ele também pode ser usado de forma a trazer prejuízos a quem o utiliza.

Martin, Puhlik-Doris, Larsen, Gray e Weir (2003) propuseram também formas de humor que podem ser prejudiciais e sugeriram que os estilos de humor poderiam ser definidos usando duas dimensões primárias. A primeira dimensão deste modelo envolve o uso do humor como uma forma de influenciar as concepções de um indivíduo a respeito de si (intrapessoal), ou de melhorar os relacionamentos com os outros (interpessoal). A

segunda dimensão neste modelo determina se o humor é relativamente benigno e benevolente (positivo), ou potencialmente prejudicial para si ou para os relacionamentos com os outros (negativo). Conforme apresentado na Figura 1, após diferentes combinações destas duas dimensões, Martin et al. (2003) propuseram quatro estilos de humor: Autopromovedor, Afiliativo, Autodepreciativo, Agressivo.

	Intrapessoal	Interpessoal
Positiva	Humor Autopromovedor	Humor Afiliativo
Negativa	Humor Autodepreciativo	Humor Agressivo

Figura 1. Modelo de Estilos de Humor

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Martin et al. (2003)

O estilo de Humor Autopromovedor envolve uma perspectiva bem-humorada da vida, uma tendência a frequentemente ser divertido com as dificuldades da vida mesmo sob condições de estresse de uma forma que é tolerante e não prejudicial para os outros (Martin et al., 2003). Os indivíduos que utilizam deste estilo de humor parecem ser alegres, otimistas e possuir autoestima elevada (Martin et al., 2003). Pesquisas anteriores têm mostrado esse estilo de humor positivamente correlacionado com autoestima, satisfação no trabalho, e desempenho, e negativamente correlacionado com a depressão e ansiedade (Kazarian & Martin, 2004; Vernon et al., 2009; Romero & Arendt, 2011).

O Humor Afiliativo é usado por pessoas que tendem a dizer coisas engraçadas, contar piadas, e a se envolver espontaneamente em brincadeiras para divertir os outros, para facilitar as relações e reduzir as tensões interpessoais (Lefcourt, 2001). Os indivíduos que fazem uso deste estilo de humor parecem ser alegres, emocionalmente estáveis, e preocupados com os outros (Martin et al., 2003). Esse estilo tem-se mostrado positivamente relacionado com sociabilidade, satisfação com os colegas de trabalho, cooperação de equipe, comprometimento organizacional e negativamente correlacionado com stress, solidão e ansiedade interpessoal (Kazarian & Martin, 2004; Vernon et al., 2009; Romero & Arendt, 2011).

O Humor Autodepreciativo refere-se ao uso do humor para divertir os outros, fazendo ou dizendo coisas engraçadas em detrimento próprio, como meio de se tornar agradável ou ganhar aprovação através da difamação do eu e repressão das próprias necessidades emocionais (Martin et al., 2003). Os indivíduos que experimentam este estilo de humor parecem possuir uma baixa autoestima e mau humor (Martin et al., 2003). Esse estilo mostrou possuir correlações positivas com timidez, solidão, depressão e ansiedade, e negativas com a autoestima e cooperação de equipe (Kuiper, Grimshaw, Leite, & Kirsh, 2004; Vernon et al., 2009; Romero & Arendt, 2011).

O Humor Agressivo refere-se a usos hostis de humor, envolvendo sarcasmo, provocação e depreciação como forma de menosprezar os outros sem levar em conta o seu impacto, que são capazes de ferir ou alienar os outros (Martin et al., 2003). Pesquisas anteriores têm mostrado esse estilo de humor positivamente correlacionado com tensão e estresse, e negativamente correlacionado com seriedade, bem-estar, satisfação com os colegas e comprometimento organizacional (Martin et al., 2003; Vernon et al., 2009; Romero & Arendt, 2011; Huo et al., 2012).

Apesar dos estilos de humor serem distintos, Mesmer-Magnus et al. (2012) destacam que eles não são necessariamente mutuamente exclusivos, podendo existir uma comunicação bem-humorada com efeitos de mais de um estilo. Martin et al. (2003) também alertam para um possível grau de sobreposição entre os estilos de humor. Assim, por exemplo, formas relativamente benignas de humor afiliativo podem, muitas vezes, envolver algum grau de menosprezo, depreciação, como quando grupos de amigos se divertem em detrimento de outros grupos externos (humor negro).

Antecedentes do Humor

Ao se discutir o humor no ambiente de trabalho como uma variável de obtenção desejável, surge o interesse por explicar quais seriam os fatores que conduzem à expressão dos diferentes estilos de humor. Na literatura, discute-se se o humor pode ser influenciado pelo contexto em que uma pessoa se situa, ou se ele é predominantemente fruto de características individuais independentes do contexto (Ruch, 2008). Neste estudo, pretende-se avaliar a influência de cinco variáveis de caráter individual (traços de personalidade) e de

uma variável na esfera contextual que pode ser desenvolvida e modificada no ambiente de trabalho (satisfação no trabalho) no uso dos diferentes estilos de humor.

Sob a perspectiva interna ou individual, o humor é dinâmico e adaptável (Fry, 1994). Como um traço de personalidade (Ruch, 1994), o senso de humor é uma disposição que induz comportamentos relacionados ao humor, entretanto tal traço não é facilmente observado. Assim como outros traços pessoais, o senso de humor se desenvolve e muda ao longo do tempo; gênero, idade e etnia constituem influências importantes (Schwarz et al., 2015). Por outro lado, as influências ambientais também determinam o humor de uma pessoa (Martin, 2010). Diferentes culturas, por exemplo, definem distintas regras de exibição de humor (Gervais & Wilson, 2005).

Sendo assim, o humor desempenha funções diferentes mediante situações agradáveis e desagradáveis, nas quais o objetivo principal pode ser tanto proporcionar o prazer e as emoções positivas quanto o alívio de sentimentos negativos (Martin & Lefcourt, 1984). De maneira semelhante, pode haver situações apropriadas e inadequadas para a expressão do humor (Martin, 2010), embora as teorias da incongruência e do alívio sugiram que o humor pode ocorrer com sucesso em situações aparentemente inadequadas. Martin (1996) reforça esse ponto de vista, porque o uso do humor é uma boa maneira de reverter situações estressantes ou desagradáveis. Portanto, o contexto situacional poderia assim potencializar o uso do humor bem como determinar quais estilos são apropriados para cada contexto (Mathies et al., 2016).

Personalidade – Modelo Big Five.

Estudos anteriores correlacionaram os quatro estilos de humor com os traços de personalidade do Modelo Big Five (Martin et al., 2003; Galloway, 2010), sem afirmar se as relações eram direcionais. Portanto, nota-se uma necessidade de compreender as diferenças individuais dos estilos de humor propostos por Martin et al. (2003) a partir dos cinco fatores de personalidade.

Extroversão. O traço Extroversão corresponde ao grau de sociabilidade de um indivíduo. É caracterizado por otimismo, sociável, extrovertido, entusiasmado, ativo. Klein e Kuiper (2006) indicam que tanto os estilos positivos quanto os estilos negativos de humor

podem ajudar um indivíduo a ganhar aceitação em um grupo, o que implica em seu nível de sociabilidade. Assim, é possível que indivíduos com traço de personalidade de Extroversão utilizem tanto estilos positivos de humor (Autopromovedor e Afiliativo) quanto os estilos negativos (Autodepreciativo e Agressivo). Desta forma, propõe-se que:

H1: Extroversão influencia positivamente o Humor Autopromovedor (H1a), o Humor Afiliativo (H1b), o Humor Agressivo (H1c) e o Humor Autodepreciativo (H1d).

Neuroticismo. O Neuroticismo refere-se à emoções negativas. Indivíduos com altos traços de Neuroticismo são caracterizados por ansiedade, depressão, impulsividade, hostilidade. Os estilos de humor Autopromovedor e Afiliativo foram positivamente correlacionados com indicadores de saúde mental positiva e com o bem-estar psicológico, enquanto os estilos de humores negativos foram potencialmente prejudiciais ao bem-estar psicológico (Martin et al., 2003). Dessa forma, atitudes e comportamentos hostis parecem determinar a utilização do humor Autodepreciativo e do humor Agressivo. Logo, sugere-se que:

H2: Neuroticismo influencia negativamente o Humor Autopromovedor (H2a) e com o Humor Afiliativo (H2b) e positivamente o Humor Agressivo (H2c) e com o Humor Autodepreciativo (H2d).

Amabilidade. A Amabilidade refere-se a atitudes e comportamentos socialmente agradáveis. Indivíduos com esse traço de personalidade tendem a ser generosos, calorosos, agradáveis, prestativos. Kuiper et al. (2004) verificaram que os indivíduos que tendem a usar formas negativas de humor relatam uma menor capacidade para dar apoio emocional para os outros. Então, é razoável interpretar que indivíduos com altos níveis de Amabilidade sejam negativamente correlacionados com esses estilos de humor e positivamente correlacionados com os estilos positivos de humor. Sendo assim, hipotetiza-se que:

H3: Amabilidade influencia positivamente o Humor Autopromovedor (H3a) e o Humor Afiliativo (H3b) e negativamente o Humor Agressivo (H3c) e o Humor Autodepreciativo (H3d).

Conscienciosidade. A Conscienciosidade representa o grau de organização, controle e motivação para alcançar objetivos. Os indivíduos com altos traços de Conscienciosidade tendem a serem organizados, perseverantes, confiáveis, decididos e responsáveis.

Dado que o humor é definido como comunicações divertidas capazes de aliviar o clima e descontrair o ambiente (Romero & Cruthirds, 2006) e que os indivíduos com alto grau de Conscienciosidade tendem a ser responsáveis e determinados, é razoável interpretar que indivíduos com atitudes e comportamentos orientados a objetivos sejam negativamente correlacionados com estilos de humor. Dessa forma, sugere-se que:

H4: Conscienciosidade influencia negativamente o Humor Autopromovedor (H4a), o Humor Afiliativo (H4b), o Humor Agressivo (H4c) e o Humor Autodepreciativo (H4d).

Abertura à experiência. A Abertura à experiência refere-se a comportamentos exploratórios. Os indivíduos com altos traços dessa dimensão são criativos, curiosos, cultos e inteligentes.

Romero e Cruthirds (2006) argumentam que o humor promove abertura para novas ideias. Holmes (2007) propõe que o humor aumenta a criatividade na resolução de problemas; isto leva a assumir que possivelmente indivíduos com traço de Abertura à experiência utilizem tanto estilos positivos de humor (Autopromovedor e Afiliativo) quanto os estilos negativos (Autodepreciativo e Agressivo).

Sendo assim, propõe-se que:

H5: Abertura à experiência influencia positivamente o Humor Autopromovedor (H5a), Humor Afiliativo (H5b), Humor Agressivo (H5c) e Humor Autodepreciativo (H5d).

Embora os estilos de humor possam ser diferentes sob influência dos traços de personalidade é também possível que características ambientais produzam diferenças importantes entre os estilos de humor dos indivíduos. A seguir apresenta-se a hipótese que pressupõe que os estilos de humor podem ser determinados pela satisfação no trabalho, um fator situacional sobre o qual as organizações possuem maior controle.

Satisfação no trabalho.

A Satisfação no Trabalho é um estado subjetivo variando de pessoa para pessoa, e também ao longo do tempo. Para Locke (1969) a satisfação no trabalho é um estado emocional que resulta da avaliação que o indivíduo tem sobre o seu trabalho ou da realização de seus valores relacionados ao trabalho, sendo uma emoção positiva de bem-

estar. O uso de estilos positivos de humor pode ser determinado por emoções positivas e é visto como benéfico ao bem estar, enquanto os estilos negativos de humor podem ser prejudiciais para as pessoas e organizações (Martin et al., 2003). Dessa forma, é possível que indivíduos satisfeitos utilizem mais os estilos Autopromovedor e Afiliativo, e menos os estilos Agressivo e Autodepreciativo. Sendo assim, sugere-se que:

H6: A Satisfação no Trabalho influencia positivamente o Humor Autopromovedor (H6a) e com o Humor Afiliativo (H6b), e negativamente o Humor Agressivo (H6c) e o Humor Autodepreciativo (H6d).

Metodologia

Para alcançar o objetivo proposto de compreender como os traços de personalidade e a satisfação no trabalho influenciam o uso dos estilos de humor nas organizações realizou-se uma pesquisa de natureza quantitativa com corte transversal e do tipo descritiva. O método de pesquisa utilizado foi o Survey, visto que se utilizou um instrumento predefinido com o intuito de emitir descrições quantitativas de uma população (Freitas, 2000).

Os constructos utilizados no estudo são os estilos de humor propostos por Martin et al. (2003) (Humor Autopromovedor, Humor Afiliativo, Humor Autodepreciativo e Humor Agressivo), os traços de Personalidade do modelo Big Five (Extroversão, Neuroticismo, Amabilidade, Conscienciosidade e Abertura à experiência) e a Satisfação no Trabalho.

Os instrumentos utilizados para levantar os dados primários e mensurar esses constructos foram: Estilos de humor: foi usado o questionário validado Humor Styles Questionnaire (HSQ) de Martin et al. (2003) composto por 32 itens (8 em cada estilo de humor); Personalidade: foi empregado o Inventário dos Cinco Grandes Fatores de Personalidade (IGFP-5) de Andrade (2008) composto por 32 itens (8 – Extroversão, 6 – Neuroticismo, 3 – Amabilidade, 6 – Conscienciosidade, 9 – Abertura à experiência); Satisfação no Trabalho: utilizou-se a escala de satisfação no trabalho proposta por Price e Mueller (1981) composta por 6 itens. Vale destacar que a escala original de estilos de humor foi solicitada via e-mail para o próprio autor, o qual prontamente enviou a versão original em inglês e a tradução validada para o português de Portugal, além de uma lista de artigos já

publicados que utilizaram tal medida. Com base em uma revisão realizada por três juízes independentes, o instrumento foi adaptado para o português brasileiro; o mesmo foi feito com a escala de satisfação no trabalho.

Tais instrumentos foram aplicados em uma escala Likert de 7 pontos, com os itens variando de “Discordo totalmente” a “Concordo totalmente”. Além dos instrumentos citados, uma pesquisa demográfica foi inserida no questionário, com questões sobre gênero, idade, estado civil, tempo de atuação na empresa e nível hierárquico, para a caracterização dos respondentes.

Amostra

Para a seleção da amostra, optou-se pelos seguintes requisitos: deveriam ser pessoas com experiência no mercado de trabalho, não sendo necessária uma segmentação por ramo ou outra característica demográfica. A amostra foi selecionada por amostragem não-probabilística e, por conveniência, em um banco de dados de profissionais da cidade de Colatina-ES, obtido junto a uma instituição de ensino superior. Foram selecionados os indivíduos disponíveis que atendiam ao perfil desejado e capazes de oferecer as informações necessárias a um baixo custo (Hair Jr., Babin, Money, & Samouel, 2005), agrupando, dessa forma, um suficiente número de indivíduos de diferentes organizações, representando uma diversidade de ambientes de trabalho.

Coleta de Dados

Com a aplicação do questionário, foram obtidas 740 respostas sendo que, após avaliação e eliminação de questionários com uma ou mais questões não respondidas, respostas repetidas, e com mais de 70% das respostas iguais, considerou-se 728 respostas válidas. O tamanho da amostra atende ao tamanho amostral mínimo exigido que deve ser, segundo Hair Jr. et al. (2005), de pelo menos cinco a dez respondentes para cada assertiva. Os instrumentos para coleta dos dados deste estudo somam 70 assertivas, que vezes cinco, totalizam uma amostra mínima necessária de 350 respondentes. Sendo assim, o tamanho da amostra adotado atende os critérios mínimos exigidos.

Técnica de Análise dos Dados

Para a análise dos dados e verificação das hipóteses foi realizada uma análise multivariada por meio da técnica de Modelagem de Equações Estruturais com estimação por Mínimos Quadrados Parciais através do Software SmartPLS 2.0. A Modelagem de Equações Estruturais permite uma estimação apropriada das relações hipotéticas entre as variáveis dependentes e independentes simultaneamente, avaliando a contribuição de cada variável para o construto e a confiabilidade do modelo (Hair Jr. et al., 2009; Chin, 1998). Como as variáveis inseridas no modelo desta pesquisa são latentes, a Modelagem de equações Estruturais mostrou-se uma ferramenta de análise adequada para este caso. Ademais tal técnica é também indicada por sua capacidade de estimar o modelo quando existem dados não normais e quando lidamos com modelos complexos (Hair, Hult, Ringle & Sarstedt, 2014).

Após a especificação do modelo de mensuração e do modelo de equações estruturais com base no modelo teórico proposto, análises das propriedades psicométricas (validade convergente, validade discriminante e confiabilidade) foram realizadas para verificar a validade dos construtos, ou seja, o grau em que os indicadores medidos refletem o construto (Hair Jr. et al., 2009). Posteriormente, as relações hipotetizadas entre os traços de personalidade e a satisfação no trabalho em cada estilo de humor foram testadas via análise do modelo estrutural.

A seguir, apresentam-se os resultados obtidos através da análise dos dados coletados.

Análise e Discussão dos Resultados

Dados Demográficos

A caracterização dos respondentes em termos de gênero, idade, estado civil, tempo de atuação na empresa e nível hierárquico está descrita na Tabela 1.

Tabela 1:
Dados Demográficos da Pesquisa

Perfil dos respondentes		Nº	%
Gênero	Masculino	285	39
	Feminino	443	61
Faixa Etária	Até 20 anos	257	35
	21 a 25 anos	316	43
	26 a 30 anos	87	12
	Mais de 30 anos	68	9
Estado Civil	Solteiro (a)	615	84
	Casado (a) ou União Estável	100	14
	Divorciado (a)	13	2
Tempo na empresa	Menos de 1 ano	231	32
	1 a 3 anos	296	41
	3 a 5 anos	91	13
	5 a 10 anos	85	12
	Mais de 10 anos	25	3
Nível Hierárquico	Operacional	202	28
	Auxiliar	372	51
	Supervisor	55	8
	Gerência	74	10
	Diretoria	25	3

Fonte: Elaborado pelos autores baseado nos dados coletados

Nota-se um predomínio de respondentes do sexo feminino, com 61% dos participantes. Como a pesquisa foi aplicada em estudantes de graduação, há uma concentração da amostra de ambos os sexos na faixa etária de até 25 anos, com 78% dos respondentes e de pessoas solteiras, com 84% dos participantes. Embora a amostra coletada apresente indivíduos de diferentes níveis hierárquicos, a maioria dos participantes (51%) atua como auxiliar e está entre 1 a 3 anos na empresa (41%), seguido de pessoas no nível operacional, com 28% dos respondentes e que está a menos de um ano na empresa, com 32% dos participantes. Apesar de a amostra ser composta predominantemente por jovens inseridos há pouco tempo no mercado de trabalho, tal caracterização não desvia dos critérios amostrais definidos para esta pesquisa.

Análises Preliminares

Os indicadores dos constructos foram codificados e aqueles que representavam uma questão reversa tiveram sua escala invertida. Após análises sucessivas das cargas fatoriais, os indicadores EXT₂, EXT₃, EXT₄, EXT₇, NEU₃, NEU₄, CON₁, CON₂, ABE₃, ABE₄, ABE₈, ABE₉, STR₃, STR₄, HAP₁, HAP₆, HAP₇, HAP₈, HAF₁, HAF₃, HAF₈, HAG₂, HAG₃, HAG₄, HAG₅, HAD₁, HAD₂, HAD₄ e HAD₇ foram retirados do modelo por apresentarem cargas inferiores a 0,60 em seus respectivos construtos. Apesar do indicador HAG₈ possuir carga

fatorial de 0,58, optou-se por não excluí-lo, já que não se distanciou do recomendado e para que o constructo não fosse medido por poucos indicadores.

Análise do Modelo de Mensuração

O modelo de mensuração mostra a operacionalização dos construtos por meio de um conjunto de indicadores e sua análise avalia o quanto esse conjunto de variáveis realmente representa o construto que está planejado para medir (Hair Jr. et al., 2009). A análise do modelo de mensuração foi realizada a partir da análise das propriedades psicométricas dos construtos via avaliação da validade convergente, validade discriminante e confiabilidade.

Tabela 2:
Correlação e Estatística Descritiva das Variáveis Latentes

Variável Latente de 1ª Ordem	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 - Extroversão	0,75									
2 - Neuroticismo	-0,20	0,75								
3 - Amabilidade	0,35	-0,19	0,80							
4 - Conscienciosidade	0,19	-0,37	0,17	0,74						
5 - Abertura	0,39	-0,12	0,32	0,14	0,69					
6 - Satisfação no Trabalho	0,23	-0,05	0,23	0,11	0,18	0,83				
7 - Humor Autopromovedor	0,38	-0,23	0,21	0,09	0,29	0,21	0,69			
8 - Humor Afiliativo	0,49	-0,14	0,32	0,00	0,28	0,11	0,40	0,68		
9 - Humor Agressivo	0,00	0,22	-0,29	-0,31	-0,03	-0,14	-0,01	0,08	0,64	
10 - Humor Auto depreciativo	0,09	0,16	-0,06	-0,28	0,05	0,01	0,21	0,27	0,36	0,71
Média	4,98	3,91	5,40	5,01	5,34	4,98	4,60	5,78	2,50	3,35
Mediana	6,00	4,00	6,00	6,00	6,00	5,00	5,00	7,00	2,00	3,00
Desvio padrão	2,02	2,03	1,91	1,91	1,58	1,77	1,89	1,65	1,91	2,07
Variância Média Extraída - AVE	0,56	0,56	0,65	0,55	0,48	0,69	0,48	0,46	0,41	0,50
Confiabilidade Composta	0,84	0,84	0,85	0,83	0,82	0,90	0,79	0,81	0,73	0,80

Nota: Os valores apresentados em negrito na diagonal correspondem à raiz quadrada da Variância Média Extraída.

Fonte: Elaborado pelos autores baseado nos dados coletados

A validade convergente indica o quanto os indicadores medidos para o mesmo construto se correlacionam, e um grau de correlação alto mostra que os indicadores medem o construto pretendido (Hair Jr. et al., 2005). Para verificar a validade convergente, observou-se o índice da Variância Média Extraída (AVE) que, segundo Chin (1998), deve ser superior a 50%. Quatro variáveis latentes (Abertura, Humor Autopromovedor, Humor Afiliativo, Humor Agressivo) apresentaram índice AVE inferior a 50%. No entanto, apesar de os índices não atenderem ao critério mínimo, eles não se distanciaram muito do

recomendado, variando entre 0,41 e 0,48. As demais variáveis atingiram o critério proposto conforme Tabela 2.

A validade discriminante indica o quanto os construtos medidos são diferentes entre si. Segundo Chin (1998), as cargas fatoriais mais elevadas dos indicadores em seus respectivos construtos do que em qualquer outro é um indicativo de validade discriminante. A Tabela 3 mostra que esse critério foi atendido. Outro critério para verificar esta propriedade psicométrica é observar se as correlações apresentadas entre os construtos são inferiores à raiz quadrada da Variância Média Extraída (AVE). Por esse critério, também se observa na Tabela 2 a presença de validade discriminante.

A confiabilidade é uma medida de consistência interna das variáveis que representam um construto, e deve ser avaliado por meio do índice de confiabilidade composta (Chin, 1998). O critério utilizado para assumir a confiabilidade do modelo é de índices de confiabilidade composta superiores a 0,7 (Chin, 1998). Conforme a Tabela 2, todos os construtos atenderam o critério mínimo e apresentaram confiabilidade composta superior a 0,7.

Tabela 3:
Matriz de Cargas Cruzadas

Variáveis Latentes	Indicadores	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 - Extroversão	EXT1	0,81	-0,13	0,27	0,09	0,31	0,17	0,31	0,44	0,03	0,09
	EXT5	0,82	-0,14	0,35	0,14	0,34	0,20	0,25	0,41	0,01	0,10
	EXT6	0,71	-0,16	0,31	0,26	0,39	0,26	0,36	0,30	-0,08	-0,02
	EXT8*	0,64	-0,19	0,10	0,10	0,12	0,04	0,23	0,31	0,03	0,11
2 - Neuroticismo	NEU1	-0,17	0,71	-0,10	-0,27	-0,01	0,00	-0,14	-0,10	0,14	0,11
	NEU2*	-0,17	0,71	-0,21	-0,19	-0,18	-0,08	-0,21	-0,06	0,19	0,14
	NEU5	-0,15	0,77	-0,11	-0,31	-0,09	-0,03	-0,20	-0,15	0,16	0,13
	NEU6	-0,12	0,81	-0,14	-0,33	-0,05	-0,02	-0,14	-0,11	0,18	0,09
3 - Amabilidade	AMA1	0,32	-0,16	0,80	0,20	0,31	0,21	0,20	0,26	-0,23	-0,03
	AMA2	0,29	-0,18	0,87	0,14	0,28	0,17	0,20	0,29	-0,23	-0,06
	AMA3	0,24	-0,11	0,74	0,08	0,18	0,18	0,10	0,21	-0,24	-0,04
4 - Conscienciosidade	CON3*	0,12	-0,25	0,05	0,73	0,08	0,01	0,00	-0,03	-0,19	-0,21
	CON4*	0,19	-0,29	0,23	0,76	0,14	0,17	0,09	-0,01	-0,26	-0,21
	CON5*	0,17	-0,29	0,07	0,77	0,10	0,07	0,05	-0,03	-0,23	-0,24
	CON6*	0,09	-0,25	0,15	0,72	0,10	0,07	0,12	0,07	-0,25	-0,17
5 - Abertura	ABE1	0,31	-0,15	0,22	0,17	0,73	0,16	0,24	0,21	-0,03	0,02
	ABE2	0,30	-0,05	0,23	0,12	0,74	0,13	0,20	0,19	-0,01	0,04
	ABE5	0,24	0,01	0,18	-0,02	0,64	0,08	0,19	0,20	0,08	0,07
	ABE6	0,16	-0,08	0,22	0,14	0,61	0,09	0,16	0,07	-0,09	-0,03
6 - Satisfação no Trabalho	ABE7	0,30	-0,12	0,27	0,09	0,72	0,15	0,21	0,26	-0,08	0,07
	STR1	0,25	-0,10	0,24	0,14	0,19	0,85	0,20	0,12	-0,12	-0,03
	STR2	0,14	0,01	0,13	0,05	0,12	0,78	0,18	0,08	-0,06	0,05
	STR5	0,22	-0,05	0,21	0,11	0,16	0,85	0,18	0,09	-0,12	0,03
7 - Humor Autopromovedor	STR6	0,15	-0,01	0,18	0,07	0,13	0,86	0,13	0,06	-0,15	-0,01
	HAP2	0,32	-0,14	0,17	0,03	0,26	0,14	0,71	0,30	0,05	0,18
	HAP3	0,20	-0,10	0,10	0,05	0,14	0,11	0,67	0,23	0,01	0,13
	HAP4	0,28	-0,25	0,11	0,10	0,19	0,18	0,70	0,27	-0,03	0,13
8 - Humor Afiliativo	HAP5	0,24	-0,14	0,22	0,08	0,19	0,15	0,69	0,30	-0,07	0,13
	HAF2	0,44	-0,10	0,17	-0,02	0,17	0,10	0,35	0,65	0,08	0,25
	HAF4	0,30	-0,09	0,26	0,03	0,19	0,08	0,28	0,70	-0,03	0,09
	HAF5*	0,31	-0,14	0,16	0,04	0,18	0,05	0,20	0,65	0,07	0,18
9 - Humor Agressivo	HAF6	0,33	-0,05	0,28	-0,07	0,23	0,06	0,30	0,76	0,09	0,33
	HAF7*	0,21	-0,11	0,22	0,06	0,19	0,06	0,19	0,60	0,02	0,00
	HAG1	-0,03	0,12	-0,21	-0,24	-0,01	-0,12	-0,02	0,04	0,68	0,23
	HAG6*	0,02	0,05	-0,13	-0,13	0,02	-0,06	0,08	0,14	0,60	0,21
10 - Humor Autodepreciativo	HAG7	-0,01	0,22	-0,20	-0,25	0,00	-0,12	-0,01	0,00	0,68	0,30
	HAG8*	0,02	0,14	-0,18	-0,15	-0,10	-0,03	-0,06	0,06	0,58	0,17
	HAD3	0,01	0,18	-0,09	-0,22	-0,01	-0,03	0,14	0,14	0,28	0,71
	HAD5	0,15	0,07	0,05	-0,16	0,13	0,11	0,28	0,35	0,25	0,73
	HAD6	0,04	0,12	-0,04	-0,24	0,01	-0,04	0,04	0,09	0,21	0,68
	HAD8	0,08	0,07	-0,08	-0,16	0,01	-0,02	0,14	0,21	0,31	0,70

Nota: A Tabela 3 apresenta as siglas referentes à cada assertiva das variáveis latentes de 1ª ordem. Os indicadores marcados com asterisco (*) são questões reversas e tiveram sua escala invertida (1→7; 2→6 etc.).

Fonte: Elaborado pelos autores baseado nos dados coletados

Análise do Modelo Estrutural

O modelo estrutural representa a teoria através de um conjunto de uma ou mais relações de dependência enfatizando a natureza e magnitude da relação entre os construtos (Hair Jr. et al., 2009). As relações hipotetizadas nesse estudo entre os traços de personalidade do modelo Big Five (Extroversão, Neuroticismo, Amabilidade, Conscienciosidade, Abertura à experiência), a satisfação no trabalho e os estilos de humor (Humor Autopromovedor, Humor Afiliativo, Humor Autodepreciativo e Humor Agressivo) foram testadas e os coeficientes de caminhos entre os constructos estão apresentados na Tabela 4.

Tabela 4:
Matriz de Coeficientes de Caminho

Variáveis	Humor Autopromovedor	Humor Afiliativo	Humor Agressivo	Humor Autodepreciativo
1 – Extroversão	0,26***	0,41***	0,17***	0,15***
2 – Neuroticismo	-0,18***	-0,09**	0,12***	0,08*
3 – Amabilidade	0,03	0,16***	-0,26***	-0,07†
4 – Conscienciosidade	-0,05	-0,14***	-0,23***	-0,26***
5 – Abertura à experiência	0,14***	0,08*	0,04	0,05
6 – Satisfação no trabalho	0,12***	-0,01	-0,07*	0,03

Nota: *** $p < 0,001$; ** $p < 0,01$; * $p < 0,05$; † $p < 0,1$

Fonte: Elaborado pelos autores

Conforme apresentado na Tabela 4, foram encontradas relações positivas entre o traço de personalidade de Extroversão e todos os Estilos de Humor propostos por Martin et al. (2003), a um nível de significância de 0,1%, o que indica a não rejeição das hipóteses. As evidências não permitem a rejeição das hipóteses H1a e H1b que tratam da influência positiva entre o traço de Extroversão e os estilos positivos de Humor Autopromovedor e Afiliativo, a um nível de significância de 0,1%, com um coeficiente de caminho entre os construtos de 0,26 e 0,41, respectivamente. Da mesma forma, as relações positivas entre o

traço de Extroversão e os estilos negativos de humor Agressivo e Autodepreciativo testadas nas hipóteses H1c e H1d, respectivamente, não foram rejeitadas.

Os resultados encontrados entre o traço de personalidade de Extroversão e os Estilos de Humor são semelhantes aos de Vernon et al. (2008), com exceção à influência sob o humor Autodepreciativo. No entanto, Gignac; Karatamoglou; Wee; Palacios (2014) afirma que os indivíduos extrovertidos tendem a se envolver em todos os estilos de humor e também são mais propensos a apreciar diversas formas de humor. Esse resultado permite sugerir que o uso de diferentes estilos de Humor pode indicar um maior grau de sociabilidade do indivíduo, característico do traço de Extroversão.

Os resultados encontrados para essa amostra também mostraram relações significativas entre o traço de personalidade de Neuroticismo e os Estilos de Humor. As relações hipotetizadas em H2a e H2b que supõem influência negativa entre o traço de Neuroticismo e os estilos positivos de humor (Autopromovedor e Afiliativo, respectivamente) não foram rejeitadas, a um nível de significância de 0,1% e 1%, respectivamente. Da mesma forma, as relações hipotetizadas em H2c e H2d que supõem influência positiva entre o traço de Neuroticismo e os estilos negativos de humor (Agressivo e Autodepreciativo, respectivamente) não foram rejeitadas por apresentarem relações significantes.

A influência positiva do traço Neuroticismo nos estilos Agressivo e Autodepreciativo está em consonância com os resultados encontrados por Martin et al. (2003) e Vernon et al. (2008), bem como a influência negativa sob o estilo Autopromovedor. Contudo, diferentemente dos estudos anteriores, este encontrou uma influência negativa significativa também sob o estilo Afiliativo. Dessa forma, emoções negativas, tais como ansiedade, depressão e estresse determinaram o uso dos estilos Agressivo e Autodepreciativo, enquanto emoções positivas de bem-estar influenciaram a utilização dos estilos Afiliativo e Autopromovedor.

A hipótese 3 propôs influência do traço Amabilidade nos quatro Estilos de Humor. Nota-se na Tabela 4 que apenas a hipótese H3a de influência positiva do traço de Amabilidade no estilo de Autopromovedor não apresentou relação significativa. A hipótese H3b, que sugere influência positiva entre Amabilidade e o estilo Afiliativo, foi significativa a um nível de 0,1%, com um coeficiente de caminho entre os construtos de 0,16, logo não foi

rejeitada. As hipóteses H3c e H3d que sugerem influência negativa da Amabilidade nos estilos negativos, Agressivo e Autodepreciativo, respectivamente, também se mostraram significantes ($p < 0,001$ e $p < 0,1$, respectivamente) e não foram rejeitadas.

Os resultados apontados nas relações entre o traço de personalidade de Amabilidade e os Estilos de Humor são semelhantes aos encontrados por Vernon et al. (2008). Entretanto, este estudo não encontrou influência positiva significativa da Amabilidade no estilo Autopromovedor, como detectado no estudo anterior. Comportamentos relacionados a estilos negativos de humor foram avaliados como socialmente indesejáveis e prejudiciais no estudo de Cann e Matson (2014) o que é consistente com as relações negativas encontradas entre comportamentos socialmente agradáveis dos indivíduos com traço de Amabilidade e as formas negativas de humor.

Contrariando a hipótese proposta, não se encontrou uma relação significativa entre o traço de personalidade de Conscienciosidade e o estilo positivo de humor Autopromovedor. A influência negativa do traço Conscienciosidade no estilo Autopromovedor, proposto na hipótese H4a, foi rejeitada, dado que a relação encontrada entre os construtos não foi significativa, conforme apresentado na Tabela 4. Contudo, com base nos resultados encontrados, as relações negativas existentes entre o traço de Conscienciosidade e os estilos de humor Afiliativo (hipótese H4b), Agressivo (hipótese H4c) e Autodepreciativo (hipótese H4d) se mostraram significantes ($p < 0,001$), com coeficientes de caminhos entre os construtos de -0,14, -0,23 e -0,26 respectivamente, e não foram rejeitadas.

O resultado acima é consistente com as pesquisas anteriores de Martin et al. (2003) e Galloway (2010) que também encontraram relações negativas significantes entre o traço de Conscienciosidade e os estilos negativos de humor Agressivo e Autodepreciativo. No entanto, apesar de encontrarem também uma relação negativa com o humor Afiliativo, eles não apresentaram essa relação significativa como a encontrada neste estudo. Os resultados permitem sugerir que indivíduos com altos traços de Conscienciosidade podem não querer se envolver em comunicações divertidas por estas refletirem um ambiente descontraído, divertido e que podem soar como desordem para indivíduos com esse traço de personalidade.

De forma contrária ao hipotetizado, os resultados apontados na Tabela 4 mostram que o traço de personalidade de Abertura à Experiência não se relacionou significativamente

com nenhum estilo negativo de humor. As hipóteses sugeriram que o traço de Abertura à Experiência determinava o Humor Agressivo (H5c) e o Humor Autodepreciativo (H5d) e, com base nos resultados encontrados, essa relação não é estatisticamente significativa, indicando a rejeição dessas hipóteses. Entretanto, os resultados apontam uma relação positiva e significativa entre o traço de Abertura à Experiência e os estilos positivos de Humor Autopromovedor ($p < 0,001$), proposto na hipótese H5a, e Afiliativo ($p < 0,05$), proposto na hipótese H5b, o que indica a não rejeição dessas hipóteses.

Diferentemente do resultado apontado no estudo de Vernon et al. (2008), este estudo não encontrou uma relação positiva significativa entre o traço de Abertura à experiência e os estilos de humor Agressivo e Autodepreciativo. Contudo, os resultados encontrados nas relações entre o traço de Abertura à experiência e os estilos positivos de humor estão em consonância com a pesquisa anterior. Romero e Cruthirds (2006) propuseram que os estilos de humor Afiliativo e Autopromovedor são as melhores escolhas para aumentar a criatividade por refletir um ambiente de trabalho aberto. O estudo de Wood et al. (2011) também destaca que o humor positivo pode facilitar as capacidades criativas dos indivíduos. Sendo assim, os resultados indicam que indivíduos inteligentes e criativos utilizam mais os estilos positivos de humor Afiliativo e Autopromovedor.

Os resultados apresentados na Tabela 4 mostram haver, para esta amostra, uma relação significativa entre a Satisfação no Trabalho e os Estilos de Humor Autopromovedor e Agressivo. As hipóteses propostas de que a Satisfação no Trabalho influencia positivamente o Humor Autopromovedor (H6a) e negativamente o Humor Agressivo (H6c) não foram rejeitadas a um nível de significância de 0,1% e 5%, respectivamente. Contudo, contrariando as hipóteses sugeridas de que a Satisfação no Trabalho influencia positivamente o Humor Afiliativo (H6b) e negativamente o Humor Autodepreciativo (H6d), os resultados encontrados não apresentaram relações significantes entre esses constructos e, portanto, estas hipóteses foram rejeitadas.

Estudos anteriores apontaram o Estilo de Humor Autopromovedor relacionado positivamente com a coesão do grupo, comprometimento organizacional (Romero & Arendt, 2011) e bem-estar (Kazarian & Martin, 2004), o que indica uma maior satisfação do indivíduo no trabalho. Por outro lado, o Humor Agressivo apresentou uma relação inversamente proporcional à coesão do grupo, ao comprometimento organizacional e à satisfação com os

colegas, e uma relação diretamente proporcional com o estresse (Romero & Arendt, 2011), o que corrobora com a influência negativa entre a Satisfação no Trabalho e o Estilo Humor Agressivo detectada nesse estudo. Os resultados permitem sugerir que indivíduos satisfeitos com seu trabalho expressam mais o Estilo de Humor Autopromovedor e menos o Agressivo.

A Figura 2 mostra de forma sintetizada as hipóteses que não foram rejeitadas, de forma a oferecer um panorama geral dos resultados encontrados para essa amostra. É possível observar na Figura 2 que o humor Afiliativo apresenta o maior poder explicativo do modelo ($R^2 = 22,8\%$), seguido do humor Agressivo ($R^2 = 17,0\%$), humor Autopromovedor ($R^2 = 13,7\%$) e humor Autodepreciativo ($R^2 = 10,5\%$).

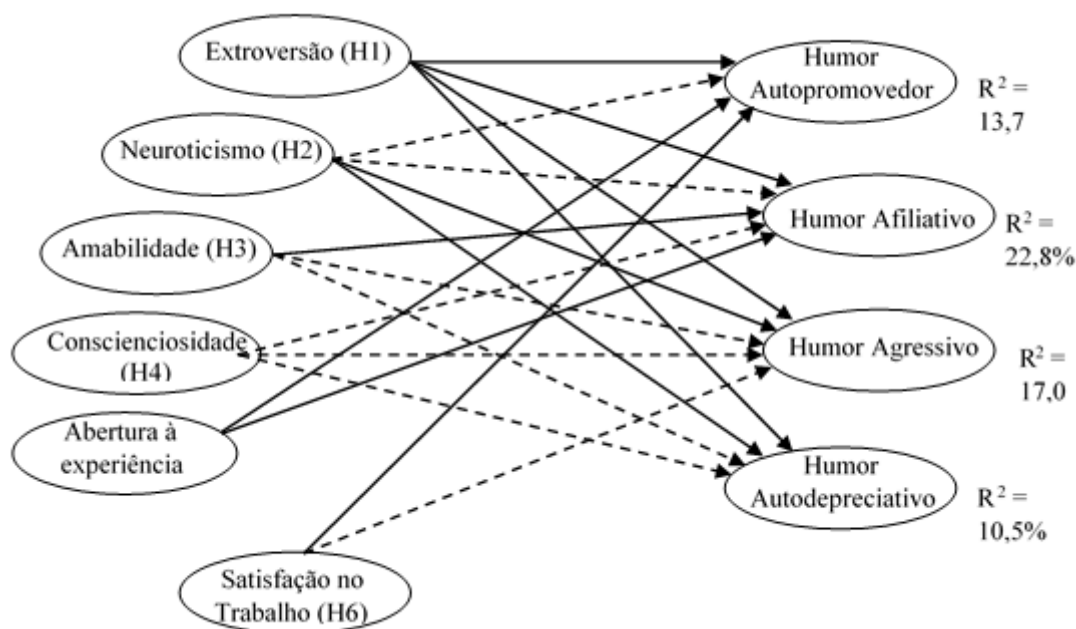


Figura 2. Síntese das hipóteses não rejeitadas

Nota: —→ Relação Positiva entre os constructos; - - - → Relação Negativa entre os constructos.

Fonte: Elaborado pelos autores

Os resultados revelaram ainda um alto poder explicativo do modelo proposto. Verificou-se que 22,8% da variação do Estilo de Humor Afiliativo, 17% da variação do Estilo de Humor Agressivo e 13,7% da variação do Estilo de Humor Autopromovedor é explicada pela variação em Traços de Personalidade e Satisfação no Trabalho, o que segundo Cohen

(1997) pode ser considerada entre média e grande. Apenas o Estilo de Humor Autodepreciativo teve um poder explicativo (10,5%) considerado entre pequeno e médio.

Considerações Finais

O objetivo do presente estudo foi compreender como traços de personalidade e satisfação no trabalho influenciam no uso dos estilos de humor nas organizações. Os resultados apontam que os Estilos de Humor têm por preditores diferentes traços de Personalidade, indicando que o humor não é exclusivo de um determinado perfil e que diferentes características de personalidade podem refletir distintas formas de expressar o humor e, conseqüentemente, distintos tipos de gestores no ambiente organizacional. Ademais, a Satisfação no Trabalho pode estimular o uso do Estilo Autopromovedor com atitudes bem-humoradas, mesmo em situações de estresse, e que indivíduos satisfeitos tendem a usar menos o Estilo Agressivo no ambiente de trabalho.

Sendo o Humor uma variável de obtenção desejável no ambiente de trabalho, verifica-se que tanto variáveis de caráter individual quanto as de caráter contextual são capazes de produzir diferenças significativas no uso dos diferentes estilos, sejam eles nocivos ou benevolentes. Tal resultado sugere que as organizações podem desenvolver ou modificar características no ambiente de trabalho capazes de favorecer o uso de estilos benéficos e neutralizar ou ao menos reduzir os prejudiciais, e assim melhorar o clima organizacional.

Apesar das contribuições, o presente estudo possui algumas limitações. Primeiro, um número elevado de variáveis foi excluído do modelo por apresentar carga fatorial inferior ao recomendado. Em alguns construtos, metade dos itens foi descartada, o que pode ter tornado o modelo superajustado a esta amostra. Pesquisas futuras podem incluir uma etapa de ajuste do modelo anterior à etapa de teste.

Segundo, quatro variáveis latentes (Abertura à experiência, Humor Autopromovedor, Humor Afiliativo e Humor Agressivo) não apresentaram validade convergente. Novas análises podem considerar o refinamento e a validação da Escala de Humor numa amostra brasileira, visto que esta é derivada do contexto da cultura americana, ou ainda, refinar a escala original com o apoio de profissionais especializados no tema para aplicá-la com maior

parcimônia, uma vez que a escala original é extensa, repetitiva e com um número elevado de questões reversas.

Terceiro, os baixos valores de R^2 podem ser indícios de que além da variável contextual satisfação no trabalho e das variáveis internas traços de personalidade há inúmeras outras variáveis que também influenciam a utilização dos estilos de humor. Futuras análises que considerem os tamanhos dos efeitos podem tornar a discussão mais branda em relação à contribuição das variáveis contextuais como preditoras do estilo de humor.

Quarto, Martin et al. (2003) encontraram diferenças significantes nos estilos de humor em função da idade e gênero e da interação de ambas variáveis. Novos estudos podem incluir estas variáveis no modelo como variáveis de controle ou, no caso da idade, restringindo a amostra aos jovens.

Por último, é importante destacar que a decisão por pesquisar estudantes de graduação com experiência no mercado de trabalho não implica na generalização do estudo em uma população maior de indivíduos com essa característica. Ademais, apesar do problema de pesquisa trazer uma expectativa de alcance de todas as organizações, vale ressaltar que a amostra específica deste estudo é composta predominantemente por jovens inseridos há pouco tempo no mercado de trabalho, independente do setor, porte ou tipo de organização, agrupando, assim, um suficiente número de indivíduos de diferentes organizações. Estudos futuros podem comparar diferentes tipos organizacionais, uma vez que estes são contextos distintos e, em alguma medida, até excludentes.

Ainda que a presente pesquisa tenha apresentado as limitações acima listadas, é importante destacar algumas implicações práticas com possibilidade de contribuir para a melhoria da gestão do capital humano nas organizações. Primeiro, espera-se que o tema estudado auxilie na compreensão dos antecedentes dos estilos de humor, para as áreas corporativas de recursos humanos poderem vislumbrar o perfil adequado da liderança nos processos de recrutamento e seleção e de carreira e sucessão.

Segundo, o humor pode ser encarado como uma ferramenta multifuncional de gestão, porquanto os diferentes estilos de humor podem desencadear uma série de comportamentos que impactam nos resultados organizacionais (Romero & Cruthirds, 2006). Portanto, os traços de personalidade da liderança, bem como a satisfação dos seguidores, podem servir

de indicativo para a área de recursos humanos quanto à necessidade, por exemplo, de *job rotation* de líderes ou ainda de recrutamento e seleção de novos líderes.

Por fim, considerando que a pesquisa foi desenvolvida com profissionais da cidade de Colatina-ES (pólo da indústria têxtil), é importante reforçar que contextos diferentes de atuação, bem como o tipo de organização envolvida (indústria ou serviços), podem requerer elementos pessoais e situacionais distintos. Assim, a triagem curricular e até mesmo a fase de avaliação psicológica de profissionais podem detectar traços de personalidade importantes em determinados cenários. Aí está a importância de compreender o ser humano e considerar, além das suas características técnicas profissionais, as suas competências intelectuais e emocionais, pois estas podem anteceder elementos importantes no ambiente de trabalho.

Referências

- Andrade, J. M. de. (2008). *Evidências de validade do inventário dos cinco grandes fatores de personalidade para o Brasil*. (Tese de Doutorado). Universidade de Brasília, Brasília.
- Cann, A., & Matson, C. (2014). Sense of humor and social desirability: Understanding how humor styles are perceived. *Personality and Individual Differences*, 66, 176-180.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. *Modern methods for business research*, 295(2), 295-336.
- Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (Ed. rev.). Londres: Academic Press.
- Dunbar, N. E., Banas, J. A., Rodriguez, D., Liu, S. J., & Abra, G. (2012). Humor use in power-differentiated interactions. *Humor: The International Journal of Humor Research*, 25(4), 469-489.
- Freitas, H., Oliveira, M., Saccol, A. Z., & Moscarola, J. (2000). O método de pesquisa survey. *Revista de Administração*, 35(3), 105-112.
- Fry, W.F. (1994), The biology of humor. *Humor: International Journal of Humor Research*, 7(2), 111-126.
- Galloway, G. (2010). Individual differences in personal humor styles: Identification of prominent patterns and their associates. *Personality and Individual Differences*, 48(5), 563-567.
- Gervais, M., & Wilson, D.S. (2005). The evolution and functions of laughter and humor: a synthetic approach. *The Quarterly Review of Biology*, 80(4), 395-430.
- Gignac, G. E., Karatamoglou, A., Wee, S., & Palacios, G. (2014). Emotional intelligence as a unique predictor of individual differences in humour styles and humour appreciation. *Personality and Individual Differences*, 56, 34-39.

- Gruner, C.R. (2000). *The Game of Humor: A Comprehensive Theory of Why We Laugh*. New Brunswick, NJ: Transaction.
- Hair Jr, F., Babin, B., Money, A. H., & Samouel, P. (2005). *Fundamentos de métodos de pesquisa em administração*. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- Hair, Jr. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados*. Bookman Editora.
- Hair, Jr. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M. A (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. California: Sage.
- Holmes, J. (2007). Making humour work: Creativity on the job. *Applied Linguistics*, 28(4), 518-537.
- Huo, Y., Lam, W., & Chen, Z. (2012). Am I the only one this supervisor is laughing at? Effects of aggressive humor on employee strain and addictive behaviors. *Personnel Psychology*, 65(4), 859-885.
- Kazarian, S. S., & Martin, R. A. (2004). Humour styles, personality, and well-being among Lebanese university students. *European journal of Personality*, 18(3), 209-219.
- Klein, D. N., & Kuiper, N. A. (2006). Humor styles, peer relationships, and bullying in middle childhood. *Humor-International Journal of Humor Research*, 19(4), 383-404.
- Kuiper, N. A., Grimshaw, M., Leite, C., & Kirsh, G. (2004). Humor is not always the best medicine: Specific components of sense of humor and psychological well-being. *Humor*, 17(1/2), 135-168.
- Kuiper, N. A., Martin, R. A., & Olinger, L. J. (1993). Coping humour, stress, and cognitive appraisals. *Canadian Journal of Behavioural Science/Revue canadienne des sciences du comportement*, 25(1), 81.
- Lefcourt, H. M. (2001). *Humor: The psychology of living buoyantly*. Springer Science & Business Media.

- Lefcourt, H. M., Davidson, K., Prkachin, K. M., & Mills, D. E. (1997). Humor as a stress moderator in the prediction of blood pressure obtained during five stressful tasks. *Journal of Research in Personality*, 31(4), 523-542.
- Locke, E. A. (1969). What is job satisfaction?. *Organizational behavior and human performance*, 4(4), 309-336.
- Lynch, O.H. (2002). Humorous communication: finding a place for humor in communication research. *Communication Theory*, 12(4), 423-445.
- Martin, R.A. (1996). The situational humor response questionnaire (SHRQ) and coping humor scale (CHS): a decade of research findings. *Humor*, 9(3-4), 251-272.
- Martin, R. A. (1998). Approaches to the sense of humor: A historical review. *The sense of humor: Explorations of a personality characteristic*, 15-60.
- Martin, R. A. (2001). Humor, laughter, and physical health: methodological issues and research findings. *Psychological bulletin*, 127(4), 504.
- Martin, R.A. (2010). *The Psychology of Humor: An Integrative Approach*, Academic Press, Burlington, MA.
- Martin, R. A., & Lefcourt, H. M. (1983). Sense of humor as a moderator of the relation between stressors and moods. *Journal of personality and social psychology*, 45(6), 1313.
- Martin, R.A., & Lefcourt, H.M. (1984), Situational humor response questionnaire: quantitative measure of sense of humor, *Journal of Personality and Social Psychology*, 47(1), 145-155.
- Martin, R. A., Puhlik-Doris, P., Larsen, G., Gray, J., & Weir, K. (2003). Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being: Development of the Humor Styles Questionnaire. *Journal of research in personality*, 37(1), 48-75.
- Martineau, W. H. (1972). A model of the social functions of humor. *The psychology of humor: Theoretical perspectives and empirical issues*, 101-125.

- Mathies, C., Chiew T.M., & Kleinaltenkamp, C.M, (2016). The antecedents and consequences of humour for service, *Journal of Service Theory and Practice*, 26(2), 137 -162.
- Mesmer-Magnus, J., Glew, D. J., & Viswesvaran, C. (2012). A meta-analysis of positive humor in the workplace. *Journal of Managerial Psychology*, 27(2), 155-190.
- Price, J., & Mueller, C. (1981). A causal model of turnover for nurses. *Academy of Management Journal*, 34, 543-565.
- Romero, E. J., & Arendt, L. A. (2011). Variable effects of humor styles on organizational outcomes. *Psychological reports*, 108(2), 649-659.
- Romero, E. J., & Cruthirds, K. W. (2006). The use of humor in the workplace. *The Academy of Management Perspectives*, 20(2), 58-69.
- Ruch, W. (1994). Temperament, eysenck's pen system, and humor-related traits. *Humor-International Journal of Humor Research*, 7(3), 209-244.
- Ruch, W. (2008). Psychology of humor, in Raskin, V. (Ed.), *The Primer of Humor Research*, Mouton de Gruyter, Berlin, 17-100.
- Schwarz, U., Hoffmann, S. & Hutter, K. (2015). Do men and women laugh about different types of humor? A comparison of satire, sentimental comedy, and comic wit in print ads. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 36(1), 70-87.
- Vecchio, R. P., Justin, J. E., Pearce, C. L. (2009). The influence of leader humor on relationships between leader behavior and follower outcomes. *Journal of Managerial Issues*, 2, 171 – 194.
- Vernon, P. A., Martin, R. A., Schermer, J. A., & Mackie, A. (2008). A behavioral genetic investigation of humor styles and their correlations with the Big-5 personality dimensions. *Personality and Individual Differences*, 44(5), 1116-1125.
- Vernon, P. A., Villani, V. C., Schermer, J. A., Kirilovic, S., Martin, R. A., Petrides, K. V., & Cherkas, L. F. (2009). Genetic and environmental correlations between trait emotional intelligence and humor styles. *Journal of Individual Differences*, 30(3), 130-137.

- Veselka, L., Schermer, J. A., Martin, R. A., Cherkas, L. F., Spector, T. D., & Vernon, P. A. (2010). A behavioral genetic study of relationships between humor styles and the six HEXACO personality factors. *Europe's Journal of Psychology*, 6(3), 9-33.
- Wood, R. E., Beckmann, N., & Rossiter, J. R. (2011). Management humor Asset or liability?. *Organizational Psychology Review*, 1(4), 316-338.