

EVIDÊNCIA PSICOMÉTRICA DO *HUMOR STYLES QUESTIONNAIRE* (HSQ) NUMA AMOSTRA DE TRABALHADORES PORTUGUESES

PSYCHOMETRIC EVIDENCE OF THE HUMOR STYLES QUESTIONNAIRE (HSQ) IN A PORTUGUESE WORKING SAMPLE

Rui Paulo Cavaleiro Fernandes¹, João Nuno Ribeiro Viseu²

PSIQUE • E-ISSN 2183-4806 • VOLUME XIX • ISSUE FASCÍCULO 1
1ST JANUARY JANEIRO - 30TH JUNE JUNHO 2023 • PP. 10-32

DOI: <https://doi.org/10.26619/2183-4806.XIX.1.1>

Submitted on 15.06.21 Submetido a 15.06.21

Accepted on 31.10.22 Aceite a 31.10.22

Resumo

O humor tem uma vasta história, nos últimos anos começou a ser alvo de maior atenção devido aos seus benefícios para a saúde e o bem-estar. Trabalhos recentes indicaram que este conceito pode ser uma ferramenta útil no contexto laboral. Porém, na literatura não há registo de uma medida validada para aferir o humor no contexto de trabalho numa amostra de trabalhadores portugueses. O principal objetivo desta investigação foi colmatar esta lacuna, contribuindo para a adaptação e validação do *Humor Styles Questionnaire* (HSQ). Os objetivos específicos relacionaram-se com a avaliação: (a) da validade fatorial dos indicadores do HSQ; (b) da validade convergente das dimensões deste instrumento; (c) da validade de critério, recorrendo a conceitos como a satisfação no trabalho, o *commitment* afetivo, o *commitment* de continuidade, o *engagement* no trabalho, a exaustão emocional e a *performance* no trabalho; e (d) da fidelidade. Foi recolhida uma amostra de 201 participantes, 52% do sexo feminino e 48% do sexo masculino. Os resultados obtidos demonstraram que o modelo com quatro fatores correlacionados apresentou um melhor ajustamento. Houve evidência de validade fatorial e de fidelidade, porém alguns resultados, particularmente ao nível da validade convergente e da validade de critério, não foram ao encontro do esperado. A adaptação e validação do HSQ é essencial para compreender que *outcomes* podem surgir a partir dos diferentes estilos de humor, bem como pode contribuir para o delineamento de intervenções ligadas ao humor, a investigação tem demonstrado que intervenções ligadas à psicologia positiva promovem efeitos desejáveis para os trabalhadores.

Palavras-chave: Humor no Contexto de Trabalho, *Humor Styles Questionnaire*, Validade, Fidelidade

1 Universidade do Algarve – Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, Faro, Portugal, a54309@ualg.pt

2 Universidade de Évora – Escola de Ciências Sociais, Departamento de Psicologia; Universidade de Évora – Centro de Investigação em Educação e Psicologia (CIEP-UÉ), joao.viseu@uevora.pt

Autor correspondente: João Nuno Ribeiro Viseu, Universidade de Évora – Escola de Ciências Sociais, Departamento de Psicologia; Universidade de Évora – Centro de Investigação em Educação e Psicologia (CIEP-UÉ), joao.viseu@uevora.pt

Abstract

Humor has a rich and wide history; in recent years it has started to receive greater attention due to its benefits for health and well-being. Recent works have highlighted that this construct can be a useful tool in the work context. Nevertheless, in the literature there is no record of a validated measure to assess humor at work in a sample of Portuguese workers. The main aim of this study was to fill this gap, by contributing to the adaptation and validation of the Humor Styles Questionnaire (HSQ). The specific objectives defined were related to the assessment of the: (a) factor validity of the HSQ indicators; (b) convergent validity of the dimensions of this instrument; (c) criterion validity, using concepts such as job satisfaction, affective commitment, continuance commitment, work engagement, emotional exhaustion, and job performance; and (d) reliability. A sample of 201 workers, 52% females and 48% males, was collected. The obtained results showed that the model with four-correlated factors achieved a better fit. Also, there was evidence of factor validity and reliability, however some results, particularly at the convergent validity and criterion validity level, did not meet the expectations. The adaptation and validation of the HSQ is crucial to understand which outcomes can emerge from the different humor styles, as well as it contributes for the development of interventions linked to humor, research has shown that positive psychology interventions promote desirable effects for workers.

Keywords: Humor at Work, Humor Styles Questionnaire, Validity, Reliability

1. Introdução

Ao longo dos últimos anos, o conceito de humor começou a ganhar maior notoriedade na área da psicologia devido ao seu impacto na saúde e no bem-estar (Martin et al., 1993; Martin et al., 2003; Mesmer-Magnus et al., 2012). Não obstante, a sua história começou a ser traçada no início do século XX por psicólogos ligados ao estudo das características individuais (Kuiper et al., 1993). Por exemplo, Freud defendia que o humor atuava como um mecanismo de defesa, aspeto também corroborado por May, que argumentou que o papel do humor era preservar o *self* (Bhattacharyya et al., 2019; Kuiper et al., 1993). Por sua vez, Maslow indicou que este constructo caracteriza pessoas autorrealizadas e Allport salientou que o humor promove efeitos desejáveis para o sujeito (Martin et al., 2003). Ou seja, os trabalhos iniciais sobre este conceito tiveram um foco individual e procuraram compreender a existência de diferenças interindividuais. Nos anos 80 (século XX) assistiu-se a uma explosão da investigação sobre este constructo, nomeadamente sobre os seus benefícios para a saúde física e mental, bem como para o contexto de trabalho (Mesmer-Magnus et al., 2012). Vários estudos (e.g., Kalliny et al., 2006; Pryor et al., 2010) demonstraram que o humor fomenta as atitudes e os comportamentos laborais desejáveis (e.g., criatividade), diminui a frequência de atitudes e comportamentos laborais indesejáveis (e.g., frustração) e potencia relações interpessoais saudáveis com as chefias e os pares. Além disso, também se verificou que o humor é fulcral para atenuar o impacto do stress ocupacional, funcionando como um mecanismo de *coping* (Cann et al., 2010; Caudill & Woodzicka, 2017; Martin et al., 2003; Mesmer-Magnus et al., 2012). Recentemente, sobretudo desde a publicação do artigo de Seligman

e Csikszentmihalyi (2000), onde se debateu a importância de a psicologia se focar no crescimento e desenvolvimento psicológico dos indivíduos, que maior atenção começou a ser dada a constructos com uma natureza positiva (e.g., humor, esperança, resiliência e otimismo).

Não obstante a sua relevância, a evolução deste conceito sofreu alguns percalços devido à complexidade em operacionalizá-lo e à existência de várias perspetivas teóricas que o explicam (Cooper, 2008; Duarte & Duarte, 2016). De acordo com Mesmer-Magnus et al. (2012), várias situações contribuíram para o lento desenvolvimento do humor, algumas relacionadas com aspetos teórico-metodológicos e outras ligadas à semântica. As diversas correntes que conceptualizam o humor consideram que ele tem uma origem multidimensional (Cooper, 2008; Jalalkamali et al., 2016). Porém, esta diversidade de modelos também contribuiu para que existam diferentes dimensões de humor, muitas delas totalmente díspares, e múltiplos instrumentos para analisar este conceito (Duarte & Duarte, 2016; Martin et al., 2003). Por outro lado, existe a questão semântica, inúmeros autores utilizaram o sentido de humor e o humor como sinónimos (Mesmer-Magnus et al., 2012). Apesar deste ruído conceptual, pode-se afirmar que o humor é um traço de personalidade, que se manifesta através da interação social e que visa uma adaptação eficaz do indivíduo ao meio (Caudill & Woodzicka, 2017; Cheng & Wang, 2015; Mao et al., 2017; Mesmer-Magnus et al., 2012). Este constructo também pode ser percecionado como um recurso de *coping*, que permite aos trabalhadores lidarem com as adversidades que surgem no ambiente laboral, protegendo-os dos efeitos negativos que elas podem originar, contribuindo, assim, para a promoção da resiliência (Bhattacharyya et al., 2019; Cheng & Wang, 2015). Resumindo, o humor melhora o funcionamento individual e permite o surgimento de resultados laborais desejáveis, mesmo em situações de elevado stresse (Mao et al., 2017).

Devido à importância do humor, é essencial referir as principais perspetivas que o abordam e indicar os seus benefícios para os trabalhadores e as organizações. Além disso, devido ao impacto deste conceito na saúde mental e no bem-estar, é fulcral apresentar um dos instrumentos mais relevantes para o avaliar.

2. Revisão da Literatura

2.1 Perspetivas de Humor

Têm vindo a surgir várias perspetivas de humor, as quais deram origem a inúmeros instrumentos de autorresposta (Martin, 2003). Esta proliferação contribuiu para o lento desenvolvimento deste conceito e para o surgimento de alguns problemas ao nível da sua conceptualização (Martin et al., 2003). As principais perspetivas existentes dividem-se em quatro grupos. Martin e Lefcourt (1983) propuseram que o humor fosse compreendido como um mecanismo de *coping*, auxiliando os indivíduos na gestão de situações de stresse. Deste modo, o humor seria utilizado quando um indivíduo fosse confrontado com situações que excedem as suas capacidades individuais, atuando no sentido de repor a homeostasia. Por sua vez, Martin e Lefcourt (1984) apresentaram uma perspetiva situacional de humor, onde definiram que o sentido de humor está associado à frequência com que as pessoas utilizam expressões ligadas ao humor (e.g., sorrir) na sua vida diária. A premissa base desta perspetiva é que quanto maior a frequência destas expressões, maior a utilização do humor no dia-a-dia. Esta corrente foi criticada pela excessiva simplificação

do sentido de humor, reduzindo-o à expressão do riso ou do sorriso (Martin, 1996). Hoje em dia, sabe-se que o uso do sorriso não está associado somente a aspetos positivos do funcionamento humano, podendo ser utilizado para danificar ou dificultar as relações interpessoais (Martin et al., 2003). Svebak (1974) defendeu que o sentido de humor é composto por três dimensões, a capacidade para identificar o humor nos mais variados contextos, a compreensão do papel do humor e o gosto em utilizá-lo, e a tendência para exprimir livremente as emoções sentidas. Por último, Thorson e Powell (1993) desenvolveram uma perspetiva de humor composta por seis dimensões, perceção de que um indivíduo possui sentido de humor, identificação do estado de humor dos outros, valorização do humor, utilização do riso, enquadramento dos acontecimentos de forma humorística e aplicação do humor enquanto mecanismo de *coping*.

Como se pode verificar, as perspetivas supracitadas encaram o humor e o sentido de humor de diferentes maneiras. Além disso, algumas delas podem estar desatualizadas, nomeadamente devido ao período de tempo que decorreu desde a sua formulação (Martin, 2003). Nos últimos anos, surgiu uma perspetiva inovadora que, além de reunir consenso entre os investigadores da área, permitiu uma integração das características de outras perspetivas (Bhattacharyya et al., 2019). Esta perspetiva, que enquadra o humor num modelo de dois por dois, defende que este conceito tem uma natureza bidimensional, estando direcionado para o *self* ou para as relações interpessoais, e possui um foco positivo ou negativo (Mesmer-Magnus et al., 2012).

2.1.1. Estilos de Humor de Martin et al. (2003)

Martin et al. (2003) propuseram uma perspetiva de humor inovadora e que integrou os contributos de trabalhos anteriores. Na opinião de Bhattacharyya et al. (2019), esta perspetiva permitiu o alcance de um consenso no estudo do humor, o que possibilitou um crescimento significativo da investigação. Este incremento conduziu à realização de vários estudos (e.g., Ford et al., 2014; Leist & Muller, 2013; Mesmer-Magnus et al., 2012), de índole meta-analítica ou empírica, que demonstraram que o humor atua como um mecanismo promotor da saúde e do bem-estar.

Os estilos de humor dizem respeito à frequência com que os indivíduos utilizam o humor no dia-a-dia (Martin et al., 2003; Torres-Marín et al., 2018). A perspetiva de Martin et al. (2003) propõe a existência de quatro estilos de humor, dois orientados para o *self*, humor autovalorativo e humor autodepreciativo, e dois orientados para as relações interpessoais, humor afiliativo e humor agressivo (Caudill & Woodzicka, 2017; Torres-Marín et al., 2018). Além desta divisão, na literatura também se têm separado estes estilos em humor positivo e humor negativo ou em humor adaptativo e humor desadaptativo (Caudill & Woodzicka, 2017). Deste modo, o humor autovalorativo e o humor afiliativo enquadram-se no humor positivo/humor adaptativo, e o humor autodepreciativo e o humor agressivo integram-se no humor negativo/humor desadaptativo (Ford et al., 2017).

O humor afiliativo diz respeito a uma tendência para fazer brincadeiras engraçadas ou para contar piadas, tendo como objetivo fomentar relações interpessoais saudáveis e atenuar eventuais tensões (Martin et al., 2003; Yue et al., 2014). Trata-se de um estilo de humor benevolente, de tipo afirmativo e que fomenta a coesão e a atração interpessoal (Torres-Marín et al., 2018). Como resultado, o humor afiliativo desencadeia emoções positivas no Outro, facilitando o relacionamento interpessoal e o suporte social (Cann et al., 2010; Caudill & Woodzicka, 2017). Por sua vez, o humor agressivo está relacionado com o uso do sarcasmo, do escárnio, da ameaça e da provocação nas relações (Martin et al., 2003). Os indivíduos que utilizam este estilo de humor procuram

alcançar um *status superior*, adotando, para tal, uma postura hostil para com o Outro (Torres-Marín et al., 2018). Este estilo não valoriza ou considera o impacto do humor nas outras pessoas (e.g., piadas sexistas) e caracteriza sujeitos incapazes de controlarem as expressões humorísticas (Martin et al., 2003). Logo, o humor agressivo danifica as relações interpessoais e desencadeia reações de raiva ou de hostilidade (Cann et al., 2010; Kuiper & McHale, 2009).

O humor autovalorativo está associado a indivíduos que possuem uma perspetiva positiva da vida mesmo perante possíveis incongruências e adversidades (Caudill & Woodzicka, 2017; Martin et al., 2003; Zeigler-Hill & Besser, 2011). Trata-se de um estilo que desempenha um papel de regulação emocional e que funciona como um mecanismo de *coping* (Martin, 2007; Torres-Marín et al., 2018). De acordo com Cann et al. (2010), o humor autovalorativo permite aos indivíduos uma reinterpretação dos obstáculos (i.e., dos stressores), conduzindo a um aumento do bem-estar psicológico e da autoestima. Por seu turno, o humor autodepreciativo diz respeito à utilização de piadas ou anedotas exageradas, cujo alvo é o próprio sujeito com o objetivo de gerar a aceitação de outros indivíduos ou grupos (Scheel et al., 2016; Torres-Marín et al., 2018). Além da procura de aceitação, a literatura também tem indicado que este estilo de humor pode servir para evitar emoções negativas ou situações problemáticas, podendo ser compreendido como um mecanismo de defesa (Martin et al., 2003; Saroglou & Scariot, 2002). Apesar dos seus objetivos, este estilo tem consequências negativas, e.g., depressão e ansiedade (Cann et al., 2010).

Em suma, a perspetiva de Martin et al. (2003) propõe que os estilos de humor podem estar orientados para as relações interpessoais, que podem ser fomentadas ou inibidas, ou para o *self*, sendo benéficos ou prejudiciais para este. Devido ao seu crescimento, esta perspetiva de humor foi transposta para a área organizacional, onde procurou compreender que estilos podem trazer *outcomes* desejáveis para os colaboradores e as organizações.

2.2 Benefícios do Humor para os Colaboradores e as Organizações

A evidência empírica tem-se debruçado sobre os *outcomes* de cada um dos estilos de humor propostos por Martin et al. (2003), com o objetivo de perceber os mecanismos que conduzem à promoção da saúde e do bem-estar, e de desenvolver estratégias que mitiguem os efeitos negativos do humor.

Caudill e Woodzicka (2017) observaram que o humor positivo (afiliativo e autovalorativo) estava positivamente associado com o suporte social e o bem-estar no trabalho. Ou seja, quanto maior a tendência dos trabalhadores em expressarem formas adaptativas de humor, maior será a sua perceção de suporte social e mais elevados serão os seus níveis de bem-estar ocupacional. Estes autores também testaram o efeito mediador do suporte social na relação entre o humor positivo e o bem-estar no trabalho, verificando que o humor positivo e o suporte social atuam sinergeticamente para promover o bem-estar (Caudill & Woodzicka, 2017). Por sua vez, Ford et al. (2017) registaram que os estilos de humor adaptativos estão positivamente associados com a felicidade. Deste modo, indivíduos que têm uma perspetiva favorável da sua vida e que utilizam o humor para facilitar as relações interpessoais, serão mais felizes. Numa análise adicional, com o objetivo de identificar possíveis antecedentes do humor e de testar o efeito mediador deste, Ford et al. (2017) descobriram que a extroversão, o *locus de controlo*, o otimismo e a autoestima contribuem para a adoção de estilos adaptativos de humor, o que, por seu turno, facilita o surgimento da felicidade. Segundo Kuiper e McHale (2009), a felicidade pode emergir através da

adoção de uma perspetiva de vida positiva, que pode atuar como um mecanismo protetor da saúde mental. Ainda ao nível das características individuais, Torres-Marín et al. (2018) indicaram que o humor autovalorativo diminui a raiva e a expressão externa da mesma e que o humor auto-depreciativo atua no sentido contrário, i.e., incrementando a raiva e a sua expressão. Scheel et al. (2016) focaram-se no humor adaptativo e registaram que este estabelece uma relação positiva com o otimismo, a autoeficácia e a satisfação no trabalho, e uma relação negativa com a irritação. Assim, trabalhadores que usam estilos de humor adaptativos desenvolvem uma perspetiva positiva acerca do presente e do futuro, têm confiança nas suas capacidades para atingir o sucesso e estão satisfeitos com as suas funções, a profissão e o ambiente laboral. Um trabalho pioneiro, ao nível do humor positivo, foi a meta-análise de Mesmer-Magnus et al. (2012), que procurou observar o efeito deste tipo de humor em variáveis ligadas ao trabalho e à saúde. Os resultados obtidos sugeriram que o humor positivo leva a um aumento da *performance*, da satisfação no trabalho, da coesão grupal e da saúde, e conduz a uma diminuição do stresse ocupacional e do *burnout*.

Lussier et al. (2017), num estudo com 149 díades vendedor-cliente, verificaram que a frequência do humor é fulcral para o desenvolvimento da criatividade, o que contribui para uma melhoria da relação entre o vendedor e o cliente. Logo, o humor pode auxiliar no desenvolvimento de produtos e/ou serviços originais que podem criar vantagens competitivas para a entidade empregadora. Esta relação já havia sido verificada por Lang e Lee (2010), sendo que estes autores indicaram que a criatividade é fulcral para a *performance* laboral. Por seu turno, Robert et al. (2015) registaram que o humor afiliativo aumenta a probabilidade de manutenção no posto de trabalho, i.e., diminui o *turnover*. Romero e Arendt (2011) testaram as relações estabelecidas entre os quatro estilos de humor de Martin et al. (2003) e um conjunto de *outcomes* organizacionais. Estes autores verificaram que o humor agressivo se relacionou de modo positivo com o stresse, já o humor afiliativo estabeleceu uma associação com sinal contrário. Ao nível da satisfação com o pares, observou-se a situação inversa, i.e., o humor afiliativo fomenta este tipo de satisfação ao passo que o humor agressivo o inibe. Também se registou que o humor adaptativo se relaciona positivamente com a cooperação entre os membros da equipa e o *commitment* organizacional, sendo que o humor agressivo se associa de modo negativo com estes constructos. Por último, há que realçar um aspeto deste estudo, o humor autodepreciativo não estabeleceu nenhuma associação com significância estatística. Wang et al. (2018), num estudo conduzido em dois momentos com trabalhadores chineses, verificou que o humor positivo diminuiu a incidência de stresse do primeiro para o segundo momento.

Nos últimos anos também se procurou compreender como é que o humor dos líderes pode influenciar os trabalhadores e as organizações. A evidência empírica tem demonstrado que o humor dos líderes facilita o *engagement* no trabalho, a satisfação no trabalho, os comportamentos de inovação, as emoções positivas e a *performance* dos trabalhadores (Goswami et al., 2016; Mao et al., 2017; Mesmer-Magnus et al., 2012; Yam et al., 2017).

Os estudos apresentados apontaram para a importância do humor no contexto de trabalho, sendo uma ferramenta vital para os trabalhadores, os líderes e as organizações. Estes argumentos consubstanciam a importância de adaptar e validar instrumentos destinados a conhecer os estilos de humor utilizados pelos trabalhadores portugueses. Neste âmbito, e devido à perspetiva de humor a que está associado, o HSQ assume maior relevância.

2.3 O Humor Styles Questionnaire (HSQ)

O HSQ foi desenvolvido a partir do modelo de estilos de humor de Martin et al. (2003). A sua composição inicial era de 60 itens, que foram refinados até se chegar a uma solução final. Trata-se de um instrumento composto por 32 itens organizados numa escala de *Likert* de sete pontos, que varia entre 1 (Discordo totalmente) e 7 (Concordo totalmente). Cada uma das dimensões do HSQ, humor autovalorativo, humor autodepreciativo, humor afiliativo e humor agressivo, apresenta oito itens. Existem 11 itens que devem ter a sua classificação invertida, cinco para a dimensão humor afiliativo, um para a dimensão humor autovalorativo, quatro para a dimensão humor agressivo e um para a dimensão humor autodepreciativo. Ao nível da fiabilidade, calculada através do coeficiente alfa de Cronbach (α), verificou-se que os valores das dimensões do HSQ variaram entre .77 e .81 (humor afiliativo=.80; humor autovalorativo=.81; humor agressivo=.77; e humor autodepreciativo=.80) (Martin et al., 2003).

Os autores também efetuaram um conjunto de análise correlacionais com medidas de ansiedade, hostilidade, agressão, autoestima, otimismo e bem-estar. Verificou-se que o humor afiliativo e o humor autovalorativo se correlacionaram de forma negativa e estatisticamente significativa com as medidas de ansiedade e depressão. O mesmo sinal foi observado na correlação com a agressão, ainda que não tenha existido significância estatística. Ao nível da hostilidade, e contrariamente ao esperado, registou-se uma correlação positiva, no entanto não foi atingido um valor estatisticamente significativo. Por outro lado, o humor afiliativo e o humor autovalorativo correlacionaram-se de forma positiva e estatisticamente significativa com a autoestima e o bem-estar. No que diz respeito ao otimismo, também se obteve uma correlação de sinal positivo, mas somente o humor autovalorativo obteve um *p-value* significativo. O humor autodepreciativo correlacionou-se de maneira positiva e estatisticamente significativa com as medidas de ansiedade, depressão, hostilidade e agressão. Relativamente às medidas de autoestima, otimismo e bem-estar obtiveram-se correlações negativas, a única que não alcançou significância estatística foi com o otimismo. Por último, o humor agressivo correlacionou-se de forma positiva e estatisticamente significativa com a hostilidade e a agressão. Com as restantes medidas utilizadas não se observaram quaisquer correlações com valores de *p* estatisticamente significativos (Martin et al., 2003).

As quatro dimensões do HSQ também foram correlacionadas com os cinco traços de personalidade do modelo *The Big Five*. O humor afiliativo correlacionou-se de forma positiva e estatisticamente significativa com a extroversão e a abertura à experiência, o mesmo sucedeu com o humor autovalorativo. Além disso, esta dimensão também estabeleceu uma correlação negativa e com significância estatística com o neuroticismo. O humor agressivo e o humor autodepreciativo correlacionaram-se de modo positivo e estatisticamente significativo com o neuroticismo e de modo negativo com a conscienciosidade e a amabilidade (Martin et al., 2003).

Na atualidade, o HSQ é a medida mais utilizada para analisar os estilos de humor (Bhattacharyya et al., 2019). A investigação realizada tem demonstrado que este instrumento apresenta boas qualidades psicométricas (e.g., Ford et al., 2014; Leist & Mueller, 2013), ainda que em algumas situações tenham sido reportados valores de consistência interna inferiores a .70, nomeadamente para o humor agressivo (Rnic et al., 2016; Yue et al., 2014). A maioria destes estudos tem associado os estilos de humor a indicadores de bem-estar, de regulação emocional e de *coping* (Bhattacharyya et al., 2019). Este instrumento tem sido adaptado e validado para diversas amostras, e.g., crianças, adolescentes, estudantes e adultos (Fox et al., 2013; James & Fox, 2016; Nezlek & Derks, 2019; Ruch & Heintz, 2016). Não obstante, tem-se verificado que a frequência de estudos

com amostras de trabalhadores é residual. Urge colmatar esta lacuna devido aos benefícios que os estilos de humor trazem para os trabalhadores e as organizações.

2.4 Objetivos da Investigação

Este estudo pretendeu contribuir para a adaptação e validação de uma medida de humor, o HSQ, para o contexto de trabalho, utilizando, para tal, uma amostra de trabalhadores portugueses.

De maneira específica, desejou-se avaliar a validade fatorial dos indicadores (i.e., itens) do HSQ e a validade convergente das diferentes dimensões que compõem o modelo de Martin et al. (2003). A investigação realizada até ao momento, que tenhamos conhecimento, não contemplou a aferição da validade fatorial. No que diz respeito à validade convergente, a evidência empírica é ainda residual, facto que justifica o exame desta componente de validade. Além disso, também deseja testar a validade critério das diferentes dimensões de humor. Perspetiva-se as dimensões de humor positivo se correlacionem de forma positiva com as atitudes e os comportamentos laborais desejáveis (satisfação no trabalho, *commitment* afetivo, *engagement* no trabalho e *performance* no trabalho) e que as dimensões de humor negativo se correlacionem de forma negativa com este tipo de atitudes e comportamentos. Por outro lado, perspectiva-se que as dimensões de humor negativo se correlacionem de forma positiva com as atitudes e os comportamentos laborais indesejáveis (exaustão emocional e *commitment* de continuidade) e que as dimensões de humor positivo se correlacionem de forma negativa com estas atitudes e comportamentos. Por último, deseja-se testar a precisão das dimensões do HSQ, recorrendo-se a dois coeficientes, alfa de Cronbach (α) e *Composite Reliability* (CR).

Esta investigação utilizou uma metodologia quantitativa e seguiu um *design* transversal.

3. Método

3.1 Participantes

Esta investigação seguiu uma amostragem não-probabilística por conveniência, tendo-se definido um único critério de inclusão, à data da resposta ao protocolo de investigação os indivíduos deviam estar empregados.

Foi recolhida uma amostra composta por 201 participantes, a maioria era do sexo feminino (52%), tinha até 25 anos (20.7%), era casado(a) ou vivia numa união de facto (44.4%) e apresentava como nível de escolaridade mais elevado o ensino secundário (34.5%). Ademais, verificou-se que, em média, os respondentes trabalhavam na sua organização atual há, aproximadamente, 10 anos ($M=10.44$; $DP=10.23$). Um resumo desta informação encontra-se na Tabela 1. Relativamente a esta tabela, há que ressaltar um aspeto, os participantes que informaram possuir outra formação frequentaram um curso profissional.

TABELA 1
Caracterização da Amostra (N=201)

Características dos participantes	%
Sexo	
Masculino	48
Feminino	52
Idade	
Até 25 anos	20.7
25-29 anos	10.6
30-34 anos	10.6
35-39 anos	11.1
40-44 anos	9.1
45-49 anos	12.6
50-54 anos	15.2
55-59 anos	4
60-64 anos	3.5
Mais de 65 anos	2.5
Estado civil	
Solteiro(a)	42.4
Casado(a) ou a viver em união de facto	44.4
Separado(a) ou divorciado(a)	13.1
Nível de escolaridade	
Ensino básico	9.3
Ensino secundário	34.5
Licenciatura	27.3
Mestrado	10.8
Doutoramento	1.5
Pós-graduação	9.3
Outra formação	7.2
Tempo de trabalho na organização	<i>M=10.44 anos (DP=10.23); Min.=3 meses; Máx.=39 anos</i>

Nota. *M*=valor de média; *DP*=valor de desvio-padrão; *Min.*=valor mínimo; *Máx.*=valor máximo.

3.2 Instrumentos

Os estilos de humor foram aferidos através do HSQ de Martin et al. (2003). Este instrumento apresenta 32 itens (e.g., Normalmente, não rio ou gozo muito com as outras pessoas.) organizados numa escala de *Likert* de sete pontos (1-*Discordo totalmente*; 7-*Concordo totalmente*). O total de itens divide-se por quatro dimensões, humor afiliativo, humor autovalorativo, humor agressivo e humor autodepreciativo, com oito itens cada. Além disso, 11 itens devem ser alvo de inversão, cinco para o humor afiliativo, um para o humor autovalorativo, quatro para o humor agressivo e um para o humor autodepreciativo. No estudo de desenvolvimento do HSQ (Martin et al., 2003)

foram obtidos valores de consistência interna superiores a .70. Na atualidade, este instrumento é o mais consensual na investigação sobre o humor.

A *performance* no trabalho foi avaliada com recurso a quatro itens (e.g., Acredito que sou um trabalhador eficaz.) propostos por Rego e Pina e Cunha (2008). Estes itens encontram-se ordenados numa escala de *Likert* de sete pontos (1-*Esta afirmação não se aplica nada a mim*; 7-*Esta afirmação aplica-se totalmente a mim*). O valor de alfa de Cronbach obtido para esta medida, no seu estudo original, foi de .86.

A satisfação no trabalho foi analisada pela Escala de Satisfação Profissional de Lima et al. (1995). Esta escala é composta por oito itens (e.g., Em relação às suas perspetivas de promoção, diria que está:) com uma escala de *Likert* de sete pontos (1-*Extremamente insatisfeito*; 7-*Extremamente satisfeito*). O instrumento em análise afere a satisfação no trabalho a partir de uma perspetiva unidimensional e possui uma consistência interna de .81.

O *commitment* afetivo e o *commitment* de continuidade foram mensurados através do Questionário de Empenramento Organizacional (Rego & Souto, 2004). Esta medida apresenta 14 itens (e.g., Sinto que existe uma forte ligação afetiva entre mim e a minha organização.) ordenados numa escala de *Likert* de sete pontos (1-*A afirmação não se aplica rigorosamente nada a mim*; 7-*A afirmação aplica-se completamente a mim*). Nesta investigação foram somente utilizados os itens destinados às dimensões *commitment* afetivo (cinco itens) e *commitment* de continuidade (cinco itens). No seu estudo de adaptação para Portugal foram registados valores de alfa de Cronbach superiores a .80 para cada uma destas dimensões (Rego & Souto, 2004).

O *engagement* no trabalho foi examinado pela versão portuguesa da *Utrecht Work Engagement Scale* (UWES; Schaufeli & Bakker, 2003, Sinval et al., 2018) que possui nove itens (e.g., Sinto-me cheio de energia no meu trabalho.) organizados numa escala de resposta de sete pontos (0-*Nunca*; 6-*Sempre/Todos os dias*). Trata-se de um constructo latente multidimensional, pelo que o total de itens desta medida se divide por três dimensões, vigor, dedicação e absorção, cada uma com três itens. No estudo de adaptação para Portugal foram obtidos resultados de consistência interna superiores a .90, quer para cada uma das dimensões, quer para o *engagement* no trabalho como um todo (Sinval et al., 2018).

A exaustão emocional, dimensão mais relevante do *burnout*, foi avaliada pela versão portuguesa do *Oldenburg Burnout Inventory* (OLBI; Bakker et al., 2004; Sinval et al., 2019). Este instrumento é composto por 16 itens (e.g., Há dias em que me sinto cansado antes mesmo de chegar ao trabalho.) organizados numa escala de *Likert* de cinco pontos (1-*Discordo totalmente*; 5-*Concordo totalmente*). O OLBI mede duas dimensões de *burnout*, distanciamento e exaustão emocional. Para os fins desta investigação foi selecionada a última, que possui oito itens, quatro dos quais devem ser invertidos. A adaptação para Portugal alcançou valores de consistência interna superiores a .80 (Sinval et al., 2019).

Por fim, foi aplicado um questionário sociodemográfico com objetivo de recolher informações sobre o sexo, a idade, o estado civil, o nível de escolaridade e o tempo de trabalho na organização atual dos participantes.

3.3 Procedimento de Recolha de Dados

Os dados foram recolhidos numa única vez no tempo, i.e., *design* transversal, com recurso a um protocolo de investigação *online* composto por instrumentos de autorresposta. A recolha decorreu entre dezembro-2019 e julho-2020. Foi utilizada uma técnica de amostragem não-probabilística por conveniência, devendo ser respeitado um único critério de inclusão, à data da resposta ao protocolo de investigação os respondentes deveriam estar empregados. Antes de responder ao protocolo, os participantes leram e tiveram de concordar com um conjunto de informações, (a) respeito pelos critérios de anonimato e de confidencialidade; (b) dados recolhidos servem somente para os propósitos da investigação; (c) a resposta pode ser interrompida a qualquer momento; e (d) não existe qualquer recompensa associada à participação, monetária ou de outro cariz.

Para a definição do tamanho mínimo da amostra foi utilizado o pressuposto Lloret-Segura et al. (2014), a amostra recolhida deve apresentar 200 ou mais participantes para conduzir uma análise fatorial confirmatória. A adaptação do HSQ para língua portuguesa seguiu um processo de tradução-retroversão. Num primeiro momento foi efetuada uma tradução do HSQ de língua inglesa para língua portuguesa, em seguida realizou-se o processo inverso, i.e., procedeu-se a uma retroversão de língua portuguesa para língua inglesa. Estes dois procedimentos foram conduzidos por dois júris independentes e fluentes em português e em inglês. As duas versões obtidas foram comparadas e foram efetuados os ajustamentos necessários.

3.4 Procedimento de Análise de Dados

Inicialmente, foi conduzida uma análise de *missings*, sendo os valores em falta substituídos pelos valores de média de cada indicador (Hill & Hill, 2008). Em seguida, foi realizada uma análise descritiva dos indicadores do HSQ, sendo apresentados os valores de média, desvio-padrão, erro padrão da média, mediana, moda, mínimo, máximo, assimetria, curtose, percentil 25, percentil 50 e percentil 75. Esta análise recorreu ao *software Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versão 20.

A análise fatorial confirmatória (AFC) foi efetuada através do método de máxima verosimilhança (Marôco, 2021). Contudo, para que este método possa ser empregue, há que respeitar um pressuposto estatístico, normalidade multivariada. Ainda que não exista um consenso quanto aos valores de assimetria e de curtose que apontam para um respeito deste pressuposto, Curran et al. (1996) argumentaram que valores de assimetria e de curtose de dois ($|sk| \leq 2$) e sete ($|ku| \leq 7$), respetivamente, apontam para uma distribuição normal multivariada. Foram comparadas três estruturas fatoriais, quatro fatores correlacionados (modelo 1), quatro fatores independentes (modelo 2) e fator de segunda-ordem (modelo 3). Estes procedimentos foram realizados através do *software Analysis of Moment Structures* (AMOS) versão 20.

A avaliação do ajustamento global do modelo iniciou-se com a análise do valor do teste de Qui-quadrado de bondade do ajustamento (χ^2). Por norma, este teste deve reportar *p-values* superiores a .05, mas na presença de amostras com vários participantes podem atingir-se $p < .05$. De modo a eliminar esta lacuna, foram selecionados os índices *Goodness of Fit Index* (GFI), *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA), *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR), *Comparative Fit Index* (CFI) e *Normed Fit Index* (χ^2/df). Os valores de corte para cada um destes índices basearam-se nas sugestões de Byrne (2010), Marôco (2021) e Hu e Bentler (1999). Assim,

(a) GFI, ajustamento muito bom: $>.95$ e ajustamento bom: $.90-.95$; (b) RMSEA, ajustamento muito bom: $<.05$ e ajustamento bom: $.05-.10$; (c) SRMR, ajustamento bom: $<.05$ e ajustamento aceitável: $.05-.08$; (d) CFI, ajustamento muito bom: $>.95$ e ajustamento bom: $.90-.95$; e (e) χ^2/df , ajustamento bom: <2 e ajustamento aceitável: <5 . Além disso, para comparar a qualidade do ajustamento dos três modelos, foi utilizado o *Expected Cross-Validation Index* (ECVI), valores mais baixos indicam um melhor ajustamento (Marôco, 2021).

O modelo de medida foi testado em termos de validade, fatorial, convergente e de critério, e de fidelidade (Anderson & Gerbing, 1982). A validade fatorial diz respeito à carga fatorial padronizada dos indicadores, que deve ser igual ou superior a $.50$ (Marôco, 2021). As cargas fatoriais obtidas foram classificadas de acordo com as premissas de Comrey e Lee (1992), pobre ($>.32$), aceitável ($>.45$), bom ($>.55$), muito bom ($>.63$) e excelente ($>.71$). Por sua vez, a validade convergente foi calculada através do coeficiente *Average Variance Extracted* (AVE), devem atingir-se valores iguais ou superiores a $.50$ (Bagozzi & Yi, 1988; Sharma, 1996). O último tipo de validade aferido foi a validade de critério, recorrendo-se, para tal, a uma matriz de correlações. Perspetiva-se as dimensões de humor positivo se correlacionem de forma positiva com as atitudes e os comportamentos laborais desejáveis, satisfação no trabalho, *commitment* afetivo, *engagement* no trabalho e *performance* no trabalho, e que as dimensões de humor negativo se correlacionem de forma negativa com este tipo de atitudes e comportamentos. Ademais, perspetiva-se que dimensões de humor negativo se correlacionem de forma positiva com as atitudes e os comportamentos laborais indesejáveis, exaustão emocional e *commitment* de continuidade, e que as dimensões de humor positivo se correlacionem de forma negativa com estas atitudes e comportamentos.

Por fim, foi examinada a fidelidade, procedimento conduzido através de dois coeficientes, alfa de Cronbach (α) e *Composite Reliability* (CR). É desejável que se obtenham valores superiores a $.70$ (Hair et al., 2014; Marôco, 2021). Os resultados de consistência interna foram apresentados para cada uma das dimensões do HSQ e para este instrumento como um todo. Os dados obtidos foram classificados segundo as premissas de Sharma (1996), pobre ($<.50$), adequado ($.70-.80$), muito bom ($.80-.90$) e excelente ($>.90$).

4. Resultados

4.1 Estatística Descritiva

Na Tabela 2 é apresentada a estatística descritiva dos itens do HSQ.

TABELA 2*Estatística Descritiva dos Itens do HSQ (N=201)*

Itens HSQ	M	DP	EPM	Mdn	Mo	Min.	Máx.	sk	ku	P25	P50	P75
Item 1	5.38	1.74	.12	6	7	1	7	-.89	-.33	4	6	7
Item 2	5.01	1.51	.11	5	5	1	7	-.39	-.73	4	5	6
Item 3	2.43	1.54	.11	2	1	1	7	1.09	.55	1	2	3
Item 4	2.47	1.60	.11	2	1	1	7	.89	-.24	1	2	4
Item 5	5.03	1.39	.09	5	5	1	7	-.59	-.07	4	5	6
Item 6	4.93	1.62	.11	5	5	1	7	-.50	-.49	4	5	6
Item 7	2.91	1.44	.10	3	2	1	7	.68	-.02	2	3	4
Item 8	2.79	1.69	.12	2	1	1	7	.63	-.74	1	2	4
Item 9	5.20	1.69	.12	6	7	1	7	-.81	-.11	4	6	7
Item 10	4.78	1.45	.10	5	4	1	7	-.29	-.45	4	5	6
Item 11	4.23	1.72	.12	4	4	1	7	-.04	-.93	3	4	6
Item 12	3.59	1.80	.13	4	5	1	7	.02	-1.08	2	4	5
Item 13	6.13	1.13	.08	7	7	2	7	-1.26	.90	5	7	7
Item 14	4.91	1.46	.10	5	5	1	7	-.42	-.46	4	5	6
Item 15	2.43	1.72	.12	2	1	1	7	1.09	.21	1	2	4
Item 16	2.58	1.78	.13	2	1	1	7	.99	-.05	1	2	4
Item 17	5.69	1.43	.10	6	7	1	7	-.99	.34	5	6	7
Item 18	4.99	1.42	.10	5	6	1	7	-.52	-.21	4	5	6
Item 19	3.83	1.68	.12	4	4	1	7	-.07	-.73	3	4	5
Item 20	2.09	1.41	.09	2	1	1	7	1.28	.75	1	2	3
Item 21	5.87	1.26	.09	6	7	2	7	-.94	.10	5	6	7
Item 22	3.56	1.67	.12	4	4	1	7	.15	-.92	2	4	5
Item 23	3.37	1.82	.13	3	1	1	7	.31	-.95	2	3	5
Item 24	3.24	1.67	.12	3	1	1	7	.27	-.94	2	3	5
Item 25	6.12	1.38	.09	7	7	1	7	-1.88	3.03	6	7	7
Item 26	5.51	1.31	.09	6	7	1	7	-.69	.05	5	6	7
Item 27	1.93	1.38	.09	1	1	1	7	1.71	2.59	1	1	3
Item 28	4.12	1.91	.13	4	5	1	7	-.09	-1.17	2	4	6
Item 29	4.59	1.67	.12	5	4	1	7	-.33	-.64	4	5	6
Item 30	4.83	1.60	.11	5	6	1	7	-.45	-.65	4	5	6
Item 31	2.67	1.81	.13	2	1	1	7	.83	-.49	1	2	4
Item 32	2.99	1.73	.12	3	1	1	7	.43	-.91	1	3	4

Nota. M=média; DP=desvio-padrão; EPM=erro-padrão da média; Mdn=mediana; Mo=moda; Min.=mínimo; Máx.=máximo; sk=assimetria; ku=curtose; P25=percentil 25; P50=percentil 50; P75=percentil 75.

4.2 Ajustamento Global do Modelo

As três estruturas fatoriais colocadas em competição, quatro fatores correlacionados (modelo 1), quatro fatores independentes (modelo 2) e fator de segunda-ordem (modelo 3), apresentaram um ajuste pobre para a maioria dos índices. Os únicos que alcançaram um ajustamento aceitável foram o RMSEA e o χ^2/df (ver Tabela 3).

TABELA 3*Índices de Ajustamento para as Estruturas Fatoriais Propostas*

Modelo	χ^2	GFI	RMSEA	90% RMSEA	SRMR	CFI	χ^2/df	ECVI
1	925.90***	.78	.07	[.07-.08]	.10	.70	2.02	5.33
2	1012.19***	.76	.08	[.07-.08]	.13	.65	2.18	5.70
3	1096.17***	.74	.08	[.08-.09]	.10	.59	2.37	6.13

Nota. Modelo 1= quatro fatores correlacionados; Modelo 2= quatro fatores independentes; Modelo 3= fator de segunda ordem; χ^2 =Teste Qui-quadrado de bondade do ajustamento; GFI=Goodness of Fit Index; RMSEA= Root Mean Square Error of Approximation; SRMR= Standardized Root Mean Square Residual; CFI=Comparative Fit Index; χ^2/df =Normed Fit Index; ECVI= Expected Cross-Validation Index; *** $p < .001$.

Os modelos foram alvo de uma reespecificação, tendo-se eliminado alguns itens que estavam a comprometer a qualidade do ajustamento e estabelecido correlações entre os erros de medida dos itens do HSQ. No total foram excluídos 15 itens (3, 7, 9, 11, 12, 19, 22, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 31 e 32) e criadas correlações entre os erros de medida dos itens 17 e 21, que pertencem ao humor afiliativo, e entre os itens 10 e 18, que integram o humor autovalorativo. Estas correlações registaram significância estatística ($p < .001$) e respeitaram os pressupostos definidos por Marôco (2021), a criação de correlações entre os erros de medida dos indicadores deve ter suporte teórico.

Após as modificações efetuadas, os três modelos supracitados foram alvo de uma nova análise. O modelo 1 (quatro fatores correlacionados) respeitou os valores de corte definidos pela literatura, variando o seu ajustamento entre o aceitável e o bom. Os restantes modelos, 2 (quatro fatores independentes) e 3 (fator de segunda-ordem), não atingiram um ajustamento de qualidade para um ou mais índices. Quanto ao índice ECVI, o modelo 1 atingiu o valor mais baixo, logo foi aquele que apresentou um melhor ajustamento (ver Tabela 4).

TABELA 4*Índices de Ajustamento para as Estruturas Fatoriais Reespecificadas*

Modelo	χ^2	GFI	RMSEA	90% RMSEA	SRMR	CFI	χ^2/df	ECVI
1	190.73***	.91	.06	[.05-.07]	.06	.92	1.72	1.37
2	318.71***	.86	.08	[.07-.10]	.15	.81	2.40	1.97
3	219.08***	.89	.07	[.05-.08]	.07	.89	1.92	1.49

Nota. Modelo 1= quatro fatores correlacionados; Modelo 2= quatro fatores independentes; Modelo 3= fator de segunda ordem; χ^2 =Teste Qui-quadrado de bondade do ajustamento; GFI=Goodness of Fit Index; RMSEA= Root Mean Square Error of Approximation; SRMR= Standardized Root Mean Square Residual; CFI=Comparative Fit Index; χ^2/df =Normed Fit Index; ECVI= Expected Cross-Validation Index; *** $p < .001$.

4.3 Avaliação do Modelo de Medida

Na Tabela 5 encontram-se os resultados para a validade fatorial, validade convergente e fidelidade. Existe evidência de validade fatorial, uma vez que as cargas fatoriais padronizadas dos itens foram superiores a .50 (Marôco, 2021). Recorrendo à classificação de Comrey e Lee (1992), foi possível registar que as cargas fatoriais variaram entre o aceitável e o excelente. No que diz

respeito à fidelidade, a consistência interna das dimensões do HSQ variou entre .69 e .81, de acordo com Sharma (1996) estes valores atingiram uma classificação que oscilou entre o adequado e o muito bom. Além da análise de consistência a cada uma das dimensões do HSQ, também foi conduzida uma avaliação para a escala global, $\alpha=.70$ e $CR=.92$, valores adequado e excelente, respetivamente (Sharma, 1996). Ao nível da validade convergente, foram registados valores inferiores a .50 (Bagozzi & Yi, 1988; Sharma, 1996) em todas as dimensões, à exceção da dimensão humor agressivo. O coeficiente AVE é um dos principais ao nível da validade convergente, contudo recentemente surgiram algumas críticas à forma como é utilizado.

TABELA 5
Validade Fatorial, Validade Convergente e Fidelidade do HSQ

Dimensões e indicadores do HSQ	Cargas fatoriais	Alfa e CR	AVE
Humor afiliativo		.77;.76	.40
Item 1a- Geralmente, não me rio muito ou brinco com outras pessoas.	.57		
Item 5- Não preciso de me esforçar muito para fazer com que as outras pessoas se riam. Pareço uma pessoa naturalmente bem-humorada.	.70		
Item 13- Rio e brinco muito com os meus amigos.	.73		
Item 17a- Normalmente não gosto de contar piadas ou de divertir as pessoas.	.50		
Item 21- Gosto de fazer com que as pessoas se riam.	.61		
Humor autovalorativo		.81;.80	.40
Item 2- Se me sinto deprimido, normalmente consigo animar-me através do humor.	.67		
Item 6- Mesmo quando estou sozinho, frequentemente divirto-me com os absurdos da vida.	.65		
Item 10- Se estou chateado ou infeliz, geralmente tento pensar em algo engraçado sobre a situação para me sentir melhor.	.62		
Item 14- . A minha visão bem-humorada da vida impede-me de ficar muito chateado ou deprimido com as coisas.	.62		
Item 18- Se estou sozinho e me sinto infeliz, faço um esforço para pensar em algo engraçado para me animar.	.61		
Item 26- Da minha experiência, pensar sobre os aspetos divertidos de uma situação é uma forma eficaz de lidar com os problemas.	.63		
Humor agressivo		.69;.73	.59
Item 15a- Não gosto quando as pessoas utilizam o humor para criticar ou rebaixar alguém.	.58		
Item 23a- Nunca me rio ou gozo com os outros, mesmo que todos os meus amigos o estejam a fazer.	.92		
Humor autodepreciativo		.72;.73	.40
Item 4- Deixo que as pessoas se riam de mim e que gozem comigo mais do que deveria.	.61		
Item 8- Frequentemente rebaixo-me, se isso fizer com que a minha família ou os meus amigos se riam.	.62		
Item 16a- Não costumo dizer coisas engraçadas para me rebaixar.	.55		
Item 20- Frequentemente costumo rebaixar-me em demasia, quando estou a fazer piadas ou a tentar ser engraçado.	.73		

Nota. itens recodificados; Alfa=Coeficiente Alfa de Cronbach; CR=Composite Reliability; AVE=Average Variance Extracted.

Por fim, foi testada a validade critério das dimensões do HSQ (ver Tabela 6). As quatro dimensões deste instrumento correlacionaram-se de forma estatisticamente significativa, à exceção da dimensão humor agressivo que só se correlacionou de modo significativo com a dimensão humor autodepreciativo. Algumas das correlações não alcançaram os resultados esperados, tanto ao nível da significância estatística, como do sinal. Esta situação foi particularmente evidente para as dimensões de humor negativo. Era expectável que o humor agressivo se correlacionasse de forma negativa e estatisticamente significativa com a *performance* no trabalho, a satisfação no trabalho, o *commitment* afetivo e as três dimensões de *engagement* no trabalho. Por outro lado, era esperado que o humor autodepreciativo se correlacionasse de modo negativo e estatisticamente significativo com a satisfação no trabalho, o *commitment* afetivo, o vigor e a absorção. Nenhuma destas previsões se verificou. Outros resultados inesperados foram a correlação negativa e estatisticamente significativa entre o humor agressivo e a exaustão emocional ($r=-.173, p<.05$), a correlação negativa e não estatisticamente significativa entre o humor autodepreciativo e a exaustão emocional ($r=-.098, p>.05$) e a correlação negativa e sem significância estatística ($r=-.055; p>.05$) entre o humor agressivo e o *commitment* de continuidade (ver Tabela 6).

TABELA 6*Validade de Critério do Humor Styles Questionnaire (N=201)*

	M	DP	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
1. Humor afiliativo	28.11	5.05	(.77)											
2. Humor autovalorativo	30.11	6.31	.535**	(.81)										
3. Humor agressivo	5.80	3.09	-.063	-.006	(.69)									
4. Humor autodepreciativo	9.93	4.78	-.173*	-.199**	.271**	(.72)								
5. <i>Performance</i>	5.90	.88	.292**	.317**	-.046	-.278**	(.86)							
6. Satisfação no trabalho	5.15	1.06	.278**	.305**	.078	.010	.460**	(.90)						
7. <i>Commitment</i> afetivo	5.48	1.39	.142*	.159*	.002	-.041	.349**	.590**	(.93)					
8. <i>Commitment</i> de continuidade	3.09	1.69	-.228**	-.187**	-.055	.140*	-.252**	-.338**	-.214**	(.91)				
9. Vigor	4.49	1.17	.225**	.326**	.001	-.080	.458**	.615**	.611**	-.409**	(.88)			
10. Dedicção	4.63	1.27	.303**	.391**	-.019	-.142*	.474**	.622**	.594**	-.343**	.873**	(.91)		
11. Absorção	4.79	1.21	.307**	.391**	-.094	-.137	.509**	.537**	.602**	-.273**	.779**	.830**	(.88)	
12. Exaustão emocional	2.50	.80	-.146*	-.265**	-.173*	-.098	-.268**	-.442**	-.436**	.433**	-.599**	-.461**	-.431**	(.84)

Nota. M=média; DP=desvio-padrão; * $p<.05$; ** $p<.01$; Na diagonal e em parêntesis estão os valores de alfa de Cronbach.

5. Discussão

O humor tem uma vasta história, tendo sido estudado por inúmeros autores (Bhattacharyya et al., 2019; Kuiper et al., 1993). Contudo, somente desde a década de 80 (século XX) é que este conceito começou a assumir maior relevância, nomeadamente devido aos seus benefícios para a saúde, física e psicológica, e o bem-estar (Mesmer-Magnus et al., 2012). No entanto,

o desenvolvimento deste constructo sofreu vários reveses associados, sobretudo, às diferentes perspetivas que o conceptualizam (Cooper, 2008; Duarte & Duarte, 2016; Jalalkamali et al., 2016). Este impasse foi interrompido pelo surgimento do modelo de Martin et al. (2003) e do HSQ. O modelo congrega quatro estilos de humor, sendo que dois deles (i.e., humor afiliativo e agressivo) estão direcionados para as relações interpessoais e os restantes (i.e., humor autovalorativo e autodepreciativo) estão associados ao *self* (Martin et al., 2003). Classificações recentes indicaram que estes estilos podem ser positivos/adaptativos (i.e., humor afiliativo e autovalorativo) e negativos/desadaptativos (i.e., humor agressivo e autodepreciativo) (Caudill & Woodzicka, 2017; Ford et al., 2017). Este modelo foi transposto para o contexto de trabalho e a evidência empírica (e.g., Mesmer-Magnus et al., 2012; Torres-Marín et al., 2018; Wang et al., 2018; Yam et al., 2017) tem demonstrado que o humor apresenta benefícios para trabalhadores, organizações e líderes. Deste modo, este estudo procurou contribuir para a adaptação e validação de uma medida de humor, o HSQ, para uma amostra de trabalhadores portugueses. De maneira específica, este estudo testou a validade fatorial, validade convergente, validade de critério e fidelidade do HSQ.

O modelo que obteve um melhor ajustamento, segundo os valores de corte definidos, era composto por quatro fatores correlacionados. Isto significa que os estilos de humor do modelo de Martin et al. (2003) são interdependentes e que uma alteração num deles implica uma modificação nos restantes. Esta estrutura fatorial é igual àquela que foi obtida no estudo original de Martin et al. (2003). Não obstante, comparativamente a este estudo, vários indicadores (i.e., itens) foram removidos porque apresentavam uma carga fatorial padronizada inferior a .50 (Marôco, 2021). Dito de outro modo, esta eliminação foi realizada em situações onde os itens não estavam suficientemente correlacionados com as dimensões que deveriam avaliar. A classificação das cargas fatoriais padronizadas dos indicadores que constam do modelo final variou entre o aceitável e o excelente. Uma outra limitação a nível psicométrico residiu nos valores de validade convergente, indicador aferido através do coeficiente AVE. Somente para a dimensão humor agressivo se registou um resultado superior ao valor de corte definido pela literatura, .50. Valentini e Damásio (2016) argumentaram que a AVE apresenta uma limitação quanto ao cálculo da validade convergente. Trata-se de um coeficiente que não é afetado pelo número de itens constantes de um modelo, mas que é influenciado pela heterogeneidade das cargas fatoriais. É frequente obterem-se resultados de AVE superiores a .50 quando as cargas fatoriais padronizadas são bastante distintas. No caso das dimensões humor afiliativo, humor autovalorativo e humor autodepreciativo observaram-se valores homogêneos de cargas fatoriais padronizadas, o que pode ter prejudicado os resultados da validade convergente. Por último, ao nível da fiabilidade registaram-se valores maiores do que .70 em todas as dimensões, exceto para o indicador alfa de Cronbach na dimensão humor agressivo. Levando em consideração a classificação de Sharma (1996), a consistência interna variou entre o adequado e o excelente.

Estudos passados que utilizaram o HSQ também reportaram algumas limitações psicométricas. Heintz e Ruch (2015) indicaram que não foi possível obter evidência de validade convergente para a dimensão humor autodepreciativo. Esta situação também foi verificada num estudo recente, Heintz (2019) defendeu que o humor autodepreciativo não afere adequadamente este estilo de humor negativo orientado para o *self*. Outros autores (e.g., Reff, 2006) salientaram que a estrutura do HSQ deve ser alterada, dado que não foi possível distinguir entre as duas dimensões de humor positivo, afiliativo e autovalorativo. Assim, deviam-se considerar somente três estilos de humor, humor positivo, que integraria o humor autovalorativo e o afiliativo, humor agressivo

e humor autodepreciativo. O estudo de Ruch e Heintz (2017) enfatizou que a principal fonte de variância dos quatro estilos de humor de Martin et al. (2003) também deveria merecer atenção. Somente o humor afiliativo era determinado por situações de humor, ao passo que as dimensões remanescentes poderiam ser explicadas por situações sem qualquer natureza humorística. Este aspeto, segundo os autores, pode prejudicar a validade de constructo do HSQ (Ruch & Heintz, 2017). Quanto à fiabilidade, Ruch e Heintz (2016) demonstraram que os valores de consistência interna para a dimensão humor agressivo são usualmente mais baixos, variando entre .60 e .70, resultados semelhantes aos registados na presente investigação. As lacunas apontadas a este instrumento têm colocado em causa o modelo criado por Martin et al. (2003), salientando que este deve ser alvo de um ajustamento à realidade organizacional atual ou que deve existir uma total reformulação dos estilos de humor (Heintz & Ruch, 2015; Silvia & Rodriguez, 2020).

Relativamente à validade de critério, os resultados obtidos para o humor afiliativo e o humor autovalorativo, dimensões adaptativas de humor, alcançaram os resultados esperados. Porém, para as dimensões humor agressivo e humor autodepreciativo houve resultados que ficaram aquém do perspectivado. Destes, sublinha-se a correlação entre o humor agressivo e o humor autodepreciativo e a exaustão emocional, e entre o humor agressivo e o humor autodepreciativo e o *commitment* de continuidade. A correlação com a exaustão emocional foi negativa e estatisticamente significativa para o humor negativo e negativa sem significância estatística para o humor autodepreciativo. O esperado seria que surgisse uma correlação positiva, i.e., à medida que o humor agressivo e o humor autodepreciativo ocorrem mais frequentemente, a exaustão emocional também aumentará. Esta mesma situação também deveria ser observada para o *commitment* de continuidade, ou seja, quanto maior a utilização de estilos de humor desadaptativos, maior a probabilidade de um colaborador abandonar a sua organização. Ruch e Heintz (2017) alcançaram resultados semelhantes para variáveis ligadas ao bem-estar ocupacional. A justificação destes autores prendeu-se com os diferentes fatores explicativos do humor. Há estilos, e.g., agressivo e autodepreciativo, que são significativamente explicados por situações contextuais, facto que pode comprometer a validade de critério.

Este estudo apresenta algumas limitações que devem ser consideradas. A primeira diz respeito ao tamanho da amostra. Lloret-Segura et al. (2014) indicaram que para a realização de uma AFC a amostra deve ser composta por, pelo menos, duzentas observações. No presente estudo obteve-se um valor marginalmente superior, 201. Este facto pode ter comprometido as análises efetuadas, uma vez que a amostra pode não ter tido a potência estatística necessária para detetar efeitos estatisticamente significativos quando estes existiam. Por outras palavras, esta situação potenciou a ocorrência de um erro de tipo II (Barker et al., 2016). Outra limitação reside no facto de não ter sido conduzida uma análise fatorial exploratória, que poderia ter indicado uma configuração diferente para os itens do HSQ. Por sua vez, a validade discriminante desta medida também não foi calculada, um aspeto que foi reportado em estudos passados, e.g., Ruch e Heintz (2017), onde se utilizou o modelo *The Big Five*. Por último, também não foi observada a estabilidade das respostas ao HSQ ao longo de um determinado período de tempo, ou seja, não foi aferida a invariância temporal. Esta situação seria particularmente relevante para compreender se existem estilos de humor preponderantes em cada sujeito ou se cada estilo é utilizado em função do contexto em que cada indivíduo está integrado.

Estudos futuros devem procurar recolher uma amostra com maior dimensão, de modo a evitar o erro de tipo II, o que poderá levar à obtenção de resultados mais robustos. Além disso,

também deve ser conduzida uma análise fatorial exploratória, que pode sugerir uma configuração distinta dos estilos de humor propostos por Martin et al. (2003). Aliás, Heintz e Ruch (2015) argumentaram que os estilos de humor não são universais, podendo existir diferenças interculturais. Por fim, deve ser testada a validade discriminante e a variação temporal do HSQ.

Não obstante as limitações apontadas à medida utilizada, a adaptação e validação deste instrumento para uma amostra de trabalhadores portugueses é fulcral para compreender que *outcomes* podem surgir através da utilização de diferentes estilos de humor. Por outro lado, esta ferramenta também pode ser importante para avaliar os estilos de humor utilizados por colaboradores e lideranças, de modo a perceber se eles estão, ou não, a comprometer o funcionamento e a excelência organizacionais. Ademais, este trabalho pode ser o primeiro passo para o desenvolvimento de intervenções ligadas ao humor. A literatura (e.g., Mesmer-Magnus et al., 2012; Torres-Marín et al., 2018; Wang et al., 2018; Yam et al., 2017) tem demonstrado que o humor pode ser benéfico para trabalhadores, líderes e organizações. Ao longo dos últimos anos, a evidência empírica tem sugerido (e.g., Wellenzohn et al., 2016) que as intervenções em variáveis com um foco positivo, como o humor, têm efeitos positivos para os sujeitos. No âmbito do humor, o trabalho de Proyer et al. (2013), focado na criação de uma intervenção, apontou para o surgimento de resultados positivos ao nível do bem-estar, mais concretamente na satisfação com a vida.

Referências

- Anderson, J., & Gerbing, D. (1982). Some methods for respecifying measurement models to obtain unidimensional construct measurement. *Journal of Marketing Research*, 19(4), 453-460. <https://doi.org/10.2307/3151719>
- Bagozzi, R., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16, 74-94.
- Bakker, A., Demerouti, E., & Verbeke, W. (2004). Using the job demands-resources model to predict burnout and performance. *Human Resource Management*, 43(1), 83-104. <https://doi.org/10.1002/hrm.2004>
- Barker, C., Pistrang, N., & Elliott, R. (2016). *Research methods in clinical psychology* (3.^a ed.). Wiley Blackwell.
- Bhattacharyya, P., Jena, L., & Pradhan, S. (2019). Resilience as a mediator between workplace humour and well-being at work: An enquiry of healthcare professionals. *Journal of Health Management*, 21(1), 160-176. <https://doi.org/10.1177/0972063418821815>
- Byrne, B. (2010). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, application, and programming* (2.^a ed.). Routledge.
- Cann, A., Stilwell, K. & Taku, K. (2010). Humor styles, positive personality and health. *Europe's Journal of Psychology*, 6(3), 213-235. <https://doi.org/10.5964/ejop.v6i3.214>
- Caudill, A., & Woodzicka, J. (2017). Funny business: Using humor for good in the workplace. *Humor: International Journal of Humor Research*, 30(1), 43-62. <https://doi.org/10.1515/humor-2016-0039>
- Cheng, D., & Wang, L. (2015). Examining the energizing effects of humor: The influence of humor on persistence behavior. *Journal of Business Psychology*, 30(4), 759-772. <https://doi.org/10.1007/s10869-014-9396-z>
- Comrey, A., & Lee, H. (1992). *A first course in factor analysis* (2.^a ed.). Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

- Cooper, C. (2008). Elucidating the bonds of workplace humor: A relational process model. *Human Relations*, 61(8), 1087-1115. <https://doi.org/10.1177/0018726708094861>
- Curran, P., West, S., & Finch, J. (1996). The robustness of test statistics to nonnormality and specification error in confirmatory factor analysis. *Psychological Methods*, 1, 16-29. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.1.1.16>
- Duarte, S., & Duarte, L. (2016). O humor nas organizações: Um estudo epistemológico. *Revista Hospitalidade*, 13(2), 336-357.
- Ford, T., Lappi, S., & Holden, C. (2017). Personality, humor styles and happiness: Happy people have positive humor styles. *Europe's Journal of Psychology*, 12(3), 320-337. <https://doi.org/10.5964/ejop.v12i3.1160>
- Ford, T., McCreight, K., & Richardson, K. (2014). Affective style, humor styles and happiness. *Europe's Journal of Psychology*, 10(3), 451-463. <https://doi.org/10.5964/ejop.v10i3.766>
- Fox, C., Dean, S., & Lyford, J. (2013). Development of a Humor Styles Questionnaire for children. *Humor: International Journal of Humor Research*, 26(2), 295-319. <https://doi.org/10.1515/humor-2013-0018>
- Goswami, A., Nair, P., Beehr, T., & Grossenbacher, M. (2016). The relationship of leaders' humor and employees' work engagement mediated by positive emotions: Moderating effect of leaders' transformational leadership style. *Leadership & Organization Development Journal*, 37(8), 1083-1099. <https://doi.org/10.1108/LODJ-01-2015-0001>
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Heintz, S. (2019). Do others judge my humor style as I do? *European Journal of Psychological Assessment*, 35(5), 625-632. <https://doi.org/10.1027/1015-5759/a000440>
- Heintz, S., & Ruch, W. (2015). An examination of the convergence between the conceptualization and the measurement of humor styles: A study of the construct validity of the Humor Styles Questionnaire. *Humor: International Journal of Humor Research*, 28(4), 611-633. <https://doi.org/10.1515/humor-2015-0095>
- Hill, M., & Hill, A. (2008). *Investigação por questionário* (2.^a Ed.). Edições Silabo.
- Hu, L., & Bentler, P. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Jalalkamali, M., Iranmanesh, M., Nikbin, D., & Hyun, S. (2016). An empirical analysis of the effects of humor on communication satisfaction and job performance in international joint ventures in Iran. *Journal of Management & Organization*, 24(2), 295-311. <https://doi.org/10.1017/jmo.2016.19>
- James, L., & Fox, C. (2016). The development of a humor styles questionnaire for younger children. *Humor: International Journal of Humor Research*, 29(4), 555-582. <https://doi.org/10.1515/humor-2016-0042>
- Kalliny, M., Cruthirds, K., & Minor, M. (2006). Differences between American, Egyptian, and Lebanese humor styles. *International Journal of Cross Cultural Management*, 6(1), 121-134. <https://doi.org/10.1177/1470595806062354>
- Kuiper, N., Martin, R., & Olinger, L. (1993). Coping humour, stress, and cognitive appraisals. *Canadian Journal of Behavioural Science/Revue Canadienne des Sciences du Comportement*, 25(1), 81-96. <https://doi.org/10.1037/h0078791>
- Kuiper, N., & McHale, N. (2019). Humor styles as mediators between self-evaluative standards and psychological well-being. *The Journal of Psychology*, 143(4), 359-376. <https://doi.org/10.3200/JRLP.143.4.359-376>

- Lang, J., & Lee, C. (2010). Workplace humor and organizational creativity. *The International Journal of Human Resource Management*, 21(1), 46-60. <https://doi.org/10.1080/09585190903466855>
- Leist, A., & Mueller, D. (2013). Humor types show different patterns of self-regulation, self-esteem, and well-being. *Journal of Happiness Studies: An interdisciplinary forum on subjective well-being*, 14(2), 551-569. <https://doi.org/10.1007/s10902-012-9342-6>
- Lima, L., Vala, J., & Monteiro, B. (1995). A satisfação organizacional. In J. Vala, M. B. Monteiro, L. Lima, & A. Caetano. *Psicologia social das organizações: Estudos em empresas portuguesas* (2ª ed.) (pp. 101-122). Celta Editora.
- Lloret-Segura, S., Ferreres-Traver, A., Hernández-Baeza, A., & Tomás-Marco, I. (2014). El análisis factorial exploratorio de los ítems: Una guía práctica, revisada y actualizada. *Anales de Psicología*, 30(3), 1151-1169. <https://doi.org/10.6018/analesps.30.3.199361>
- Lussier, B., Grégoire, Y., & Vachon, M. (2017). The role of humor usage on creativity, trust and performance in business relationships: An analysis of the salesperson-customer dyad. *Industrial Marketing Management*, 65, 168-181. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.03.012>
- Mao, J., Chiang, J., Zhang, Y., & Gao, M. (2017). Humor as a relationship lubricant: The implications of leader humor on transformational leadership perceptions and team performance. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 24(4), 494-506. <https://doi.org/10.1177/1548051817707518>
- Marôco, J. (2021). *Análise de equações estruturais: Fundamentos teóricos, software & aplicações* (3.ª ed.). ReportNumber.
- Martin, R. (1996). The Situational Humor Response Questionnaire (SHRO) and Coping Humor Scale (CHS): A decade of research findings. *Humor: International Journal of Humor Research*, 9(3-4), 251-272. <https://doi.org/10.1515/humr.1996.9.3-4.251>
- Martin, R. (2003). Sense of humor. In S. J. Lopez & C. R. Snyder (Eds.), *Positive psychological assessment: A handbook of models and measures* (pp. 313-326). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10612-020>
- Martin, R. (2007). *The psychology of humor: An integrative approach*. Elsevier Academic Press.
- Martin, R., Kuiper, N., Olinger, L., & Dance, K. (1993). Humor, coping with stress, self-concept, and psychological well-being. *Humor: International Journal of Humor Research*, 6(1), 89-104. <https://doi.org/10.1515/humr.1983.6.1.89>
- Martin, R., & Lefcourt, H. (1983). Sense of humor as a moderator of the relation between stressors and moods. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(6), 1313-1324. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.45.6.1313>
- Martin, R., & Lefcourt, H. (1984). Situational Humor Response Questionnaire: Quantitative measure of sense of humor. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47(1), 145-155. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.47.1.145>
- Martin, R., 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. [https://doi.org/10.1016/S0092-6566\(02\)00534-2](https://doi.org/10.1016/S0092-6566(02)00534-2)
- Mesmer-Magnus, J., Glew, D., & Viswesvaran, C. (2012). A meta-analysis of positive humor in the workplace. *Journal of Managerial Psychology*, 27(2), 155-190. <https://doi.org/10.1108/02683941211199554>
- Nezlek, J., & Derks, P. (2019). Relationships between personality and the everyday use of humor. *Humor: International Journal of Humor Research*, 33(3), 361-379. <https://doi.org/10.1515/humor-2019-0011>

- Proyer, R., Ruch, W., & Buschor, C. (2013). Testing strengths-based interventions: A preliminary study on the effectiveness of a program targeting curiosity, gratitude, hope, humor, and zest for enhancing life satisfaction. *Journal of Happiness Studies: An interdisciplinary forum on subjective well-being*, 14(1), 275-292. <https://doi.org/10.1007/s10902-012-9331-9>
- Pryor, M., Singleton, L., Taneja, S., & Humphreys, J. (2010). Workplace fun and its correlates: A conceptual inquiry. *International Journal of Management*, 27(2), 294-302.
- Reff, R. (2006). *Developing the Humor Styles Questionnaire – Revised: A review of the current humor literature and a revised measure* [Unpublished doctoral dissertation]. Washington University State.
- Rego, A., & Pina e Cunha, M. (2008). Authentizotic climates and employee happiness: Pathways to individual performance? *Journal of Business Research*, 61(7), 739-752. <https://doi.org/j.jbusres.2007.08.003>
- Rego, A., & Souto, S. (2004). Comprometimento organizacional em organizações autentizóticas. *Revista de Administração de Empresas*, 44(3), 30-43.
- Rnic, K., Dozois, D., & Martin, R. (2016). Cognitive distortions, humor styles, and depression. *Europe's Journal of Psychology*, 12(3), 348-362. <https://doi.org/10.5654/ejop.v12i3.1118>
- Robert, C., Dunne, T., & Iun, J. (2015). The impact of leader humor on subordinate job satisfaction: The crucial role of leader-subordinate relationship quality. *Group & Organization Management*, 41(3), 375-406. <https://doi.org/10.1177/1059601115598719>
- Romero, E., & Arendt, L. (2011). Variable effects of humor styles on organizational studies. *Psychological Reports*, 108(2), 649-659. <https://doi.org/10.2466/07.17.20.21.PR0.108.2.649-659>
- Ruch, W., & Heintz, S. (2016). The German version of the Humor Styles Questionnaire: Psychometric properties and overlap with other styles of humor. *Europe's Journal of Psychology*, 12(3), 434-455. <https://doi.org/10.5964/ejop.v12i3.1116>
- Ruch, W., & Heintz, S. (2017). Experimentally manipulating items informs on the (limited) construct and criterion validity of the Humor Styles Questionnaire. *Frontiers in Psychology*, 8, 616. <https://doi.org/fpsyg.2017.00616>
- Saroglou, V., & Scariot, C. (2002). Humor Styles Questionnaire: Personality and educational correlates in Belgian high school and college students. *European Journal of Personality*, 16(1), 43-54. <https://doi.org/10.1002/per.430>
- Schaufeli, W., & Bakker, A. (2003). *Utrecht Work Engagement Scale: Preliminary manual*. Occupational Health Psychology Unit, Utrecht University.
- Scheel, T., Gerdenitsch, C., & Korunka, C. (2016). Humor at work: Validation of the short work-related Humor Styles Questionnaire (swHSQ). *Humor: International Journal of Humor Research*, 29(3), 439-465. <https://doi.org/10.1515/humor-2015-0118>
- Seligman, M., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55(1), 5-14. <https://doi.org/10.1037//0003-066X-55.1.5>
- Sharma, S. (1996). *Applied multivariate techniques*. John Wiley and Sons, Inc.
- Silvia, P., & Rodriguez, R. (2020). Time to renovate the Humor Styles Questionnaire? An item response theory analysis of the HSQ. *Behavioral Sciences*, 10, 173. <https://doi.org/10.3390/bs10110173>
- Sinval, J., Pasian, S., Queirós, C., & Marôco, J. (2018). Brazil-Portugal transcultural adaptation of the UWES-9: Internal consistency, dimensionality, and measurement invariance. *Frontiers in Psychology*, 9, 353. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00353>

- Sinval, J., Queirós, C., Pasian, S., & Marôco, J. (2019). Transcultural adaptation of the Olderburg Burn-out Inventory (OLBI) for Brazil and Portugal. *Frontiers in Psychology*, 10, 338. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00338>
- Svebak, S. (1974). Revised questionnaire on the sense of humor. *Scandinavian Journal of Psychology*, 15(1), 328-331. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9450.1974.tb00597.x>
- Thorson, J., & Powell, F. (1993). Sense of humor and dimensions of personality. *Journal of Clinical Psychology*, 49(6), 799-809. [https://doi.org/10.1002/1097-4697\(199311\)49:6<799::aid-jclp2270490606>3.0.co;2-p](https://doi.org/10.1002/1097-4697(199311)49:6<799::aid-jclp2270490606>3.0.co;2-p)
- Torres-Marín, J., Navarro-Carrillo, G, & Carretero-Dios, H. (2018). Is the use of humor associated with anger management? The assessment of individual differences in humor styles in Spain. *Personality and Individual Differences*, 120(1), 193-201. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.08.040>
- Valentini, F., & Damásio, B. (2016). Variância média extraída e confiabilidade composta: Indicadores de precisão. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 32(2), 1-7. <https://doi.org/10.1590/0102-3772e322225>
- Wang, R., Chan, D., Goh, Y., Penfold, M., Harper, T., & Weltewitz, T. (2018). Humor and workplace stress: A longitudinal comparison between Australian and Chinese employees. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 56(2), 175-195. <https://doi.org/10.1111/1744-7941.12157>
- Wellenzohn, S., Proyer, R., & Ruch, W. (2016). How do positive psychology interventions work? A short-term placebo-controlled humor-based study on the role of the time focus. *Personality and Individual Differences*, 96, 1-6. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.02.056>
- Yam, K., Christian, M., Wei, W., Liao, Z., & Nai, J. (2017). The mixed blessing of leader sense of humor: Examining costs and benefits. *Academy of Management Journal*, 16(1), 348-369. <https://doi.org/10.5465/amj.2015.1088>
- Yue, X., Liu, K., Jiang, F., & Hiranandani, N. (2014). Humor styles, self-esteem, and subjective happiness. *Psychological Reports: Mental & Physical Health*, 115(2), 517-525. <https://doi.org/10.2466/07.02.PR0.115c18z6>
- Zeigler-Hill, V., & Besser, A. (2011). Humor styles mediates the association between pathological narcissism and self-esteem. *Personality and Individual Differences*, 50(8), 1196-1201. <https://doi.org/j.paid.2011.02.006>