

A CURIOSIDADE DESTRAVOU O GATO: A relação entre curiosidade no trabalho e criatividade do trabalhador

REIDENE DE OLIVEIRA SILVA
FUCAPE BUSINESS SCHOOL

GERCIONE DIONIZIO SILVA
FUCAPE BUSINESS SCHOOL

A CURIOSIDADE DESTRAVOU O GATO: A relação entre curiosidade no trabalho e criatividade do trabalhador

1. INTRODUÇÃO

No mundo contemporâneo, o uso do conhecimento possibilita a geração de valores tangíveis e intangíveis para as organizações que buscam implementar ideias criativas, com o objetivo de alcançar benefícios reais no ambiente de trabalho (Hughes, Lee, Tian, Newman, & Legood, 2018; Shafi, Zoya, Lei, Song, & Sarker, 2020). Segundo Chang e Shih (2018), este ambiente tem apresentado mudanças cada vez mais aceleradas e em intervalos de tempo cada vez menores.

Logo, conhecer as fontes dessas mudanças pode ser essencial para gestão eficiente da força de trabalho, criação de novos produtos e serviços, desenvolver a capacidade inovadora dos trabalhadores e, também, para identificar potenciais riscos – operacionais ou processuais – associados às decisões dentro de uma organização (Anderson, Potočnik, & Zhou, 2014; Darvishmotevali, Altinay, & Köseoglu, 2020; Li et al., 2020). Notadamente, compreender a relação entre desempenho no trabalho e capacidade de inovação é de grande relevância, pois são características essenciais para sobrevivência e crescimento das empresas (Mussel, Spengler, Litman, & Shuler, 2012; Celik, Storme, Davila, & Myszkowski, 2016).

Para Hardy III et al. (2017) e Chang e Shih (2018) a capacidade criativa dos indivíduos pode ser aumentada por conta de uma mente curiosa. Por outro lado, Schutte e Malouff (2020), por exemplo, não encontraram relação entre estas características. Apesar do resultado não homogêneo, pode-se sugerir que a relação possa ser encontrada uma vez que curiosidade no trabalho promove um espírito exploratório e o desejo de aprender e explorar (Loewenstein, 1994; Deci & Ryan, 2000; Kashdan & Fincham, 2002). Diante deste contexto, a associação de ideias pode estar vinculada a uma disposição do indivíduo para perseguir novos caminhos mentais para desenvolver ideias originais, mesmo quando há incertezas sobre os resultados dessas novas ideias (Amabile & Pratt, 2016; Hagtvedt et al., 2019).

Hagtvedt et al. (2019) destacam que o processo criativo, composto pelo desenvolvimento e mensuração da associação de ideias, ocorre pela transformação das ideias iniciais menos criativas em ideias finais mais criativas. Assim, esse método de usar aspectos de ideias iniciais como matéria prima para ideias subsequentes, quando não se sabe se elas serão significativas ou não, pode ser intensificada pela disposição de arriscar (Josef et al., 2016; Highhouse, Ney, Zhang, & Rada, 2017). Para Zhang, Highhouse e Nye (2018) a disposição geral de uma pessoa assumir risco, pode ser definida como uma tendência de um indivíduo se envolver em decisões e comportamentos onde os resultados têm maior variabilidade e alto potencial de dano.

No ambiente de trabalho, embora o comportamento dos indivíduos sofra interferência de fatores contextuais, os interesses dos indivíduos em gerar e persistir com suas ideias pode resultar no comportamento criativo (Scott & Bruce, 1994; Zhou & George, 2001; Shafi et al., 2020). Além disso, as organizações que incentivam o comportamento criativo para transformação de ideias em novos produtos e serviços alcançam vantagens competitivas no mercado (Shafi et al., 2020).

Em síntese, observa-se que os estudos usualmente destacam uma relação direta entre a curiosidade no trabalho e criatividade do trabalhador (Celik et al., 2016; Peljko, Jeraj, Săvoiu, & Marič, 2016; Hardy III et al., 2017). Todavia, os autores não consideram que a criatividade do trabalhador origina da transformação de ideias menos criativas em ideias finais mais criativas. Logo, tais estudos, embora forneçam uma visão da relação entre a curiosidade e criatividade, não esgotam o tema e deixa lacunas a serem melhor exploradas (Hagtvedt et al., 2019). Neste contexto, Shute e Malouff (2020), destacam a necessidade de estudos que analisem outros caminhos da relação entre curiosidade e criatividade no ambiente de trabalho e a

relevância das características individuais para esta relação.

Pelo exposto, o objetivo deste trabalho foi identificar o efeito que a curiosidade no trabalho exerce de influência na associação de ideias e essas influenciam a criatividade do trabalhador. Além disso, face a importância das características individuais e do ambiente de trabalho, destacou-se também o efeito moderador da propensão ao risco e do suporte organizacional percebido na relação entre curiosidade e criatividade do trabalhador mediada pela associação de ideias.

Este artigo, que apresenta os principais achados da pesquisa, está dividido em cinco seções, contando com esta introdução.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. Criatividade do trabalhador

Para as empresas sobreviverem e se destacarem no mercado, inclusive no contexto brasileiro, estas precisam ser inovadoras. A inovação, em muitos casos, é determinada pela criatividade dos trabalhos que é observada no ambiente de trabalho (Da Rocha & Wechsler, 2018). Kremer, Villamor e Aguinis (2019) argumentam que as organizações que incentivam a criatividade do trabalhador com objetivo de gerar ideias e transformar produtos e serviços, podem adquirir vantagens competitivas a partir do processo de inovação no ambiente de trabalho.

Neste contexto, a criatividade é conceituada como a geração de ideias que sejam novas e úteis (Amabile & Pratt, 2016). Historicamente, a criatividade tem sido abordada como um dos elementos chaves para que as organizações possam lidar com as incertezas e implementar estratégias voltadas para o mercado (Darvishmotevali et al., 2020). Embora existam diferentes ideias acerca da origem do processo criativo (Shalley, Zhou, & Oldham, 2004; Amabile & Pratt, 2016), este é usualmente determinado como uma característica pessoal (Charyton, Hutcinson, Snow, Rahman, & Elliot, 2009).

A criatividade enquanto característica pessoal considera a personalidade e o estilo cognitivo dos indivíduos como fatores centrais, os quais podem, por sua vez, induzir a uma maior criatividade do trabalhador (Shalley et al., 2004). Logo, mesmo diante das incertezas do ambiente e das interações pessoais, esses fatores poderão influenciar a criatividade (Müceldili, Tatar, & Erdil, 2020). Não obstante, Amabile (1988) e Ryan e Deci (2000) ressaltam que, dado o dinamismo exigido nas organizações para execução de tarefas, a motivação intrínseca e habilidades criativas, são fatores que estão associados positivamente à criatividade do trabalhador. De forma geral, os indivíduos criativos tendem a assumir mais riscos, ter abertura a novas experiências, resolver com maestria problemas, vontade para vencer desafios e, principalmente, capacidade de duvidar e questionar (Amabile, 1988; Sternberg & Lubart, 1999).

A fim de compreender melhor a importância da criatividade, outros estudos surgiram a partir da administração e, sobretudo, da psicologia, explorando a criatividade do trabalhador com o objetivo de impulsionar o estímulo nos indivíduos para trabalhar de forma inovadora (Khalili, 2016; Uddin, Fan, & Das, 2017; Shafi et al., 2020). Schutte e Malouff (2019) observaram uma associação significativa entre curiosidade e criatividade. No entanto, segundo essa investigação, os resultados não mostram uma relação causal entre as variáveis. Além disso, a criatividade do trabalhador pode ser relacionada com condições que envolve: abertura à novas experiências e, principalmente, a geração e implementação de ideias (Celik et al., 2016; Peljko et al., 2016).

2.2. Curiosidade no trabalho

Em um cenário de profundas e rápidas transformações onde a capacidade de pensar do indivíduo está sendo comprometida pelo volume de informações disponíveis (Horstmeyer,

2020), a curiosidade no trabalho pode ser vista como um fator que impacta a criatividade do trabalhador (Deci & Ryan, 2000; Wagstaff, Flores, Ahmed, & Villanueva, 2020; Huang, 2021).

Neste sentido, Mussel et al. (2012) postularam que a disposição e persistência do indivíduo em manter um comportamento exploratório e de resolução de problemas, ou seja, a curiosidade no local de trabalho, são relevantes no ambiente de trabalho. A curiosidade pode ser entendida como característica psicológica que os indivíduos possuem e que pode conduzi-los a explorar coisas novas (Litman, 2005). Assim, pode-se dizer que a curiosidade é a força motriz por trás do impulso exploratório e da inovação nas organizações, resultante do interesse dos indivíduos em aprender, explorar, combinar e reunir conhecimentos relacionados ao trabalho (Amabile, Conti, Coon, Lazenby, & Herron, 1996; Mussel et al., 2012; Chang & Shih, 2018).

No entanto, a literatura ressalta que não são todos os indivíduos que respondem à curiosidade via impulso e desejo de explorar, uma vez que existem indivíduos que conscientemente não se dedicam ao trabalho (Lauriola et al., 2015). Consequentemente, a ausência de curiosidade pode mitigar o processo de aprendizagem e a criação de ideias (Hardy III et al., 2017; Wang & Huang, 2018). Por fim, Huang (2021) postulou que indivíduos com curiosidade no trabalho se preocupam com o prazer associado a aquisição de novos conhecimentos e à motivação dos funcionários.

Além disso, a curiosidade no trabalho também é vista como importante para o trabalho criativo (Litman, 2005; Mussel et al., 2012; Harrison & Dossinger, 2017; Wagstaff et al., 2020). Ademais, pesquisas fundamentadas na Teoria do Foco Regulatório (TRF) destacaram que a curiosidade reflete o sentimento de interesse, quando envolve o desejo de adquirir novos conhecimentos, e, sentimento de privação, quando resulta na impossibilidade de acessar informações e adquirir novos conhecimentos (Loewenstein, 1994; Chang & Shih, 2019).

Segundo essa teoria, a orientação motivacional para alcançar um objetivo ocorre para atender a duas necessidades básicas: proporcionar prazer (foco na promoção) e evitar a dor (foco na prevenção) (Higgins, 1998). Nesse sentido, as orientações regulatórias que guiam os indivíduos para o alcance de objetivos, remetem-se a um estado final que pode ser desejado ou não (Higgins & Cornwell, 2016). Além disso, observa-se na literatura, que o estilo cognitivo de cada indivíduo pode afetar o seu senso de curiosidade, e, por consequência, indivíduos com determinadas características cognitivas podem ser mais curiosos que outros (Lauriola et al., 2015; Gross, Zedelius, & Shcoolier, 2020; Horstmeyer, 2020; Müceldili et al., 2020).

Por fim, Litman (2005) evidenciou que indivíduos curiosos podem solucionar problemas a partir do interesse na aquisição de ideias criativas. Segundo o autor, o desejo em explorar, criado pela curiosidade no trabalho, é resultado do prazer associado às descobertas do processo de aprendizado. Além disso, os indivíduos em respostas às demandas no ambiente de trabalho, por não adotarem uma postura de abertura a novas experiências, podem não aumentar as chances de manifestação da criatividade (Amabile & Pratt, 2016; Chang & Shih, 2018; Kashdan et al., 2020). Desta forma, sugere-se que:

H1: A curiosidade no trabalho está positivamente associada à criatividade do trabalhador.

2.3. O papel mediador da associação de ideias

Em geral, o processo criativo surge a partir da organização de novas e antigas ideias que são adquiridas a partir de um comportamento exploratório (Chang & Shih, 2018). Indivíduos criativos utilizam-se da coleta e combinação de informações como precedente à geração de ideias (Mumford & McIntosh, 2017). Além disso, a curiosidade no trabalho pode influenciar essa coleta e combinação de informações (Kashdan & Steger, 2007; Schutte & Malouff, 2020).

A capacidade do indivíduo em organizar essas informações pode melhorar o processo criativo, e, por consequência, potencializar a criação de soluções criativas para os problemas

existentes (Mumford & McIntosh, 2017). Para compreender tal fenômeno, nesta pesquisa utilizou-se o construto associação de ideias, que foi proposto por Hagtvedt et al. (2019), conceituado como a forma que os indivíduos se utilizam de ideias iniciais menos criativas para atingir ideias finais mais criativas de maneira sequencial.

A literatura tem postulado que a associação de ideias permite a geração de ideias criativas (Hagtvedt et al., 2019). Nesse contexto, é concebível que a curiosidade no trabalho viabiliza o impulso necessário para o processo de geração de ideias, e, por consequência, a associação de ideias (Chang & Shih, 2018; Hagtvedt et al., 2019). Tal percepção pode conduzir os indivíduos a trabalhar de forma criativa e desenvolver ideias inovadoras (Shafi et al., 2020).

Além disso, o aumento na associação de ideias gerado por uma mente curiosa, serve para expandir habilidades e desenvolver capacidades intelectuais e criativas, o que pode levar a uma maior criatividade do trabalhador (Mumford & McIntosh, 2017; Kashdan et al., 2020). Para fins de investigação, poderia sugerir que a associação de ideias seria uma linha comum entre curiosidade no trabalho e criatividade do trabalhador. Como resultado, a curiosidade no trabalho não afeta apenas diretamente na criatividade do trabalhador, mas também indiretamente por meio da associação de ideias.

Mediante essas reflexões, admite-se pensar no caminho que a associação de ideias pode mediar positivamente a relação entre curiosidade no trabalho e criatividade do trabalhador. Propõe-se com esses argumentos que:

H2: A curiosidade no trabalho influencia positivamente a associação de ideias.

H3: A associação de ideias medeia a relação entre curiosidade no trabalho e criatividade do trabalhador.

2.4. O papel moderador da propensão ao risco

A definição de propensão ao risco refere-se a uma tendência do indivíduo de assumir riscos quando confrontado com situações adversas com possibilidades de consequências negativas, como por exemplo, danos, perdas ou fracassos (Zhang et al., 2018; Bran & Vaidis, 2019).

Tradicionalmente, a propensão ao risco tem sido abordada de duas maneiras distintas (Zhang et al., 2018; Bran & Vaidis, 2019). Na primeira abordagem, a propensão aos riscos é considerada como uma característica geral de assumir riscos, ou seja, considera a tendência do indivíduo a assumir riscos. Segundo, consiste em uma característica específica a assumir riscos, ou seja, considera a tendência do indivíduo em assumir riscos em determinados domínios, como por exemplo, assumir riscos em decisões de investimentos (Nicholson, Soane, Fenton-O'Creevy, & Willman, 2005; Bran & Vaidis, 2019).

Nicholson, Fenton-O'Creevy, Soane e Willman (2002), a partir de uma amostra de gestores e profissionais, demonstraram a abertura para novas experiências como fonte de influência sobre a tendência a correr riscos. Por fim, os autores argumentam que o comportamento de abertura para novas experiências, característico de indivíduos que sempre tem interesses novos e são curiosos, demanda a necessidade de assumir riscos.

Sternberg e Lubart (1999) evidenciou que quanto maior a capacidade para correr riscos, além de outros traços de personalidade como tolerância à ambiguidade e vontade para vencer desafios, mais positivo é o efeito na criatividade do trabalhador. Essa visão considera uma profunda ligação das atitudes dos indivíduos no trabalho com a propensão ao risco, portanto, se o indivíduo apresenta aversão em correr risco em relação ao que toma iniciativa, é possível que a criatividade do trabalhador tende a diminuir (Amabile & Pratt, 2016; Chang & Shih, 2018; Zhang et al., 2018).

Ademais, identifica-se na literatura um alerta para o aspecto, fundamentalmente, subjetivo da propensão ao risco. Isso implica dizer que as noções de incertezas, perdas, danos e fracassos, relacionadas a definição de risco, pode ser arriscada para determinados indivíduos,

e não para outros, dependendo do contexto e das habilidades de cada um (Xu et al., 2018). Portanto, a propensão ao risco pode ser um elemento que se inclina a intensificar o efeito indireto positivo da associação de ideias na relação entre curiosidade no trabalho e criatividade do trabalhador, adicionando nessa possibilidade, abertura a novas experiências (Nicholson et al., 2002). Além disso, a forte propensão ao risco permite que indivíduos lidem com atividades mais desafiadoras e busquem soluções eficientes para os problemas, o que, por sua vez, é mais propício, à geração de ideias criativas (Amabile, 1988; Mussel et al., 2012).

Em síntese observou-se que os efeitos indiretos positivos da curiosidade do trabalho na criatividade do trabalhador via associação de ideias serão fortalecidos com a inserção da propensão ao risco como variável que estabelece forte conexão com a tomada de iniciativa do indivíduo diante de atividades desafiadoras (Amabile, 1988). Assim, propõe-se que:

H4: A propensão ao risco modera e fortalece a relação entre curiosidade no trabalho e a criatividade do trabalhador mediada pela associação de ideias.

2.5. O papel moderador do suporte organizacional percebido

Alzghoul, Elrehail, Emeagwali e AlShboul (2018) indicam que ambientes de trabalho com condições favoráveis leva os funcionários a serem mais desinibidos e expor ideias, mesmo que não sejam consideradas, o que pode levar à criatividade do trabalhador. Neste contexto, o suporte organizacional percebido refere-se a dimensão na qual os indivíduos, no contexto organizacional, acreditam que suas contribuições criativas e seu bem-estar são encorajados, respeitados e reconhecidos pela organização (Eisenberger, Huntington, Hutchison, & Sowa, 1986; Zhou & George, 2001).

Assim sendo, os indivíduos podem apresentar níveis elevados de criatividade no trabalho quando percebem que a criatividade é priorizada e valorizada pela organização (Scott & Bruce, 1994). Além disso, para fomentar a criatividade do trabalhador, no lugar de uma cultura organizacional tradicional e padronizada, as organizações devem dar lugar a uma cultura organizacional que fomente a curiosidade, portanto, incorporar abertura a questionamentos evitará barreiras quanto à geração de ideias criativas (Müceldili et al., 2020).

Eisenberger et al. (1986) apontaram que o papel da liderança e a abertura para novas ideias são variáveis correlacionadas com o suporte organizacional percebido. Segundo Mumford e Gustafson (1988), apesar dos diferentes estilos de liderança, quanto maior o apoio e liberdade de atuação dos indivíduos, maior será o efeito positivo na criatividade do trabalhador. Por outro lado, se os funcionários não sentem que a liderança é solidária, fornece feedback, demonstra preocupação, é possível que a criatividade do trabalhador tenda a diminuir (Ryan & Deci, 2000; Zhou & George, 2003).

Horstmeyer (2020) em estudo conceitual sobre o papel da curiosidade em contextos de trabalhos voláteis, incertos, complexos e ambíguos (VUCA), faz um apelo para que os interesses corporativos priorizem a abordagem da contradição de curiosidade dentro das organizações. De acordo com o autor, organizações que não apoiam a comportamento exploratório dos indivíduos estão, na realidade, perpetuando a contradição da curiosidade. Neste sentido, mesmo quando os benefícios da curiosidade são exaltados na organização, características individuais traduzidas nos comportamentos de fazer perguntas ou sugerir novas ideias, pode ser recebida com resistência e desencorajamento, o que resulta na contradição de curiosidade (Bickett, Schweitzer, & Mastio, 2019).

Portanto, o suporte organizacional percebido possa ser um elemento que se inclina a intensificar os efeitos indiretos positivos da associação de ideias na relação entre curiosidade no trabalho e criatividade do trabalhador, adicionando nessa possibilidade, o desenvolvimento de ideias criativas (Sternberg & Lubart, 1999; Alzghoul et al., 2018).

Em síntese, os efeitos indiretos positivos da curiosidade do trabalho na criatividade do trabalhador via associação de ideias serão fortalecidos com a inserção do suporte organizacional

percebido como variável que estabelece forte conexão com abertura para ideias novas e úteis (Scott & Bruce, 1994, Zhou & George, 2001). Desta forma, ainda que no caminho positivo sugerido hipoteticamente a curiosidade no trabalho fortaleça a associação de ideias e promova a criatividade do trabalhador, o suporte organizacional percebido sinaliza se a organização disponibiliza ou não recursos para apoiar a criatividade, o que leva a intensificar essa relação. Assim, propõe-se que:

H5: O suporte organizacional percebido modera e fortalece a relação entre curiosidade no trabalho e a criatividade do trabalhador mediada pela associação de ideias.

Apresentadas, então, as bases teóricas do estudo realizado, a próxima seção destaca o percurso metodológico seguido na pesquisa.

3. METODOLOGIA

Neste trabalho, foi realizado uma pesquisa descritiva quantitativa, com corte transversal e dados primários, de forma a testar as hipóteses contidas no modelo teórico apresentado.

3.1. Coleta de dados

A coleta de dados foi realizada por meio da disponibilização de um questionário via e-mail e redes sociais (WhatsApp e LinkedIn), entre os dias 07/07/2020 e 14/08/2020, que foi elaborado em uma plataforma online gratuita (google forms). O método de amostragem utilizado foi o não-probabilístico e por acessibilidade.

Buscando validar o questionário, foi realizado um pré-teste com 10 indivíduos para verificar possíveis falhas de entendimento. Os apontamentos indicados, como acentuação e disposição de palavras, foram corrigidos. Tendo em vista o objetivo proposto, o questionário foi direcionado para trabalhadores de todas as regiões do país. Com objetivo de captar o maior número de observações, foi realizada uma abordagem ampla, não fazendo diferenciação de cargo, carga horária, remuneração ou natureza das empresas empregadoras, públicas ou privadas.

A mensuração das variáveis latentes que integram o modelo proposto neste trabalho foram definidas a partir de escalas existentes na literatura. As opções de respostas foram dispostas em uma escala de Likert de 5 pontos. A tabela completa dos construtos utilizados pode ser observada no apêndice A.

3.2. Perfil da amostra

A amostra do estudo foi composta por indivíduos que possuíam atuação de pelo menos dois anos no mercado laboral, uma vez que esse público tende a apresentar maior grau de reflexão a respeito de temas centrais do trabalho: curiosidade e criatividade. Para controlar a população desta pesquisa foi utilizada a seguinte pergunta: “Se você somar todos os anos de sua atuação profissional, o resultado é superior a 2 anos?”. Em casos de respostas negativas, os respondentes foram excluídos da amostra final.

Esta amostra, por sua vez, apresentou as seguintes características: 728 respondentes da pesquisa, sendo que após a análise de dados foram excluídas 33 respostas. Ao todo, foram obtidas 695 observações válidas. A amostra se adequou para a quantidade de construtos do modelo teórico proposto.

No estudo realizado, foram coletadas as seguintes variáveis de controle: sexo, idade, escolaridade, renda, região do país e tempo de serviço. A amostra válida foi caracterizada conforme demonstração na Tabela 1.

Nota-se que por uma pequena margem de diferença, a maioria dos respondentes são do sexo feminino (53,96%). Em relação a faixa etária dos respondentes a maior parte apresentou idade na faixa de 25 a 34 anos (37,99%). A escolaridade apresentou nível pós-graduação completo (48,20%) como maior percentual de respondentes em relação aos demais níveis de

escolaridade.

Tabela 1: Caracterização da amostra

DESCRIÇÃO	CARACTERIZAÇÃO	PERCENTUAL %
Sexo	Feminino	53,96%
	Masculino	46,04%
Idade	até 17 anos	0,14%
	18 a 24 anos	5,90%
	25 a 34 anos	37,99%
	35 a 44 anos	34,82%
	45 a 54 anos	15,97%
	55 a 64 anos	4,17%
	65 anos ou mais	1,01%
Escolaridade	Ensino Fundamental	0,72%
	Ensino Médio/Técnico	7,48%
	Superior completo	33,24%
	Pós-graduação completo	48,20%
	Mestrado completo	6,47%
	Doutorado completo	1,01%
	Outros	2,88%
Renda	Até R\$ 2.000,00	4,75%
	Entre R\$ 2.000,00 a R\$ 4.999,00	26,76%
	Entre R\$ 5.000,00 a R\$ 9.999,00	31,80%
	Entre R\$ 10.000,00 a R\$ 14.999,00	16,55%
	Acima de R\$ 15.000,00	20,14%
País	Centro-Oeste	62,73%
	Nordeste	15,54%
	Norte	3,74%
	Sudeste	13,67%
	Sul	4,32%
Tempo de serviço	até 2 anos	22,30%
	entre 2 a 4 anos	17,12%
	entre 4 a 6 anos	15,54%
	entre 6 a 8 anos	11,37%
	acima de 8 anos	33,67%

Fonte: Dados da pesquisa

Em relação a renda familiar dos respondentes, frente aos dados apresentados, foi possível concluir, que a faixa de R\$ 5.000,00 a R\$ 9.999,00 (31,80%) representou a maior parte da amostra. Entre os respondentes, a maior parte da amostra é da região Centro-Oeste (62,73%). Por fim, em relação ao tempo de serviço, frente aos dados apresentados, foi possível concluir, que a faixa abaixo de 8 anos (66,33%) representou a maior parte da amostra.

3.3. Técnica de análise de dados

Para a análise dos dados, foi utilizada a metodologia de Modelagem de Equações Estruturais – MEE (ou Structural Equation Modeling – SEM) utilizando o software SmartPLS 3.0, dado que o modelo teórico apresentado foi constituído por relações existentes entre variáveis latentes. Para realizar essa investigação, seguiu-se os critérios de Hair, Risher, Sarstedt, e Ringle (2019) sendo que o modelo de mensuração foi avaliado utilizando os indicadores de validade convergente e validade discriminante.

4. ANÁLISE DOS DADOS

4.1 Análise de componentes confirmatória

Seguiu-se os critérios de Hair et al. (2019) para análise dos resultados. Inicialmente, utilizou-se a Análise Fatorial Confirmatória (AFC), obtendo-se a validação dos componentes do modelo estrutural construído. Para tal, realizou-se a verificação das propriedades de validade convergente, procedendo com o carregamento das cargas fatoriais das variáveis latentes (Hair

et al., 2019).

Após a realização dos procedimentos inerentes a análise da validade convergente, os indicadores CT05, CT01, CT07, CE06, CE12, CT03, SO04, CT06, CT08, CE01, CE04, nesta sequência e de forma parcimoniosa, foram excluídos por apresentarem carga fatorial menores que o recomendado de 0,708 (Hair et al., 2019). Apresenta-se os indicadores no Apêndice A.

Na sequência foram verificados os indicadores de variância média extraída (AVE). Todos os valores dos construtos do modelo se apresentaram acima de 0,5 (Hair et al., 2019). A confiabilidade composta foi alcançada nos construtos, uma vez que todos os valores se encontravam entre 0,7 e 0,95 (Hair et al., 2019).

Além disso, Alfa de Cronbach serviu para analisar a consistência interna dos construtos do modelo. Os resultados sugeriram boa consistência interna com valores acima de 0,7 (Hair et al., 2019). A validade discriminante foi verificada através da raiz quadrada da variância média extraída. Na Tabela 2, foram apresentadas a variância média extraída (AVE), confiabilidade composta, Alfa de Cronbach, correlação de Spearman e validade discriminante calculadas a partir do critério de Fornell e Larcker (Fornell & Larcker, 1981).

Tabela 2: Validade convergente e validade discriminante por Fornell e Larcker (1981)

	1	2	3	4	5
1 – CT	0,767				
2 – CE	0,752	0,795			
3 – AI	0,561	0,666	0,854		
4 – PR	0,440	0,501	0,430	0,835	
5 – SO	0,213	0,335	0,285	0,204	0,882
AVE	0,588	0,632	0,729	0,698	0,778
CC	0,851	0,939	0,890	0,949	0,913
AC	0,767	0,927	0,814	0,938	0,859
Rho_A	0,771	0,928	0,818	0,941	0,904

Fonte: Dados da pesquisa. Nota: CT (Curiosidade no trabalho); CE (Criatividade do trabalhador); AI (Associação de ideias); PR (Propensão ao risco); SO (Suporte organizacional percebido); AVE (Variância Média Extraída); CC (Confiabilidade Composta); AC (Alfa de Cronbach); Rho_A (Correlação de Spearman).

Foi confirmada presença da validade discriminante utilizando o critério proposto por Henseler, Ringle e Sarstedt (2015) através da mensuração do Rácio Heterotrait-Monotrait (HTMT). Neste indicador, calcula-se a média geométrica das correlações entre os itens que medem os mesmos construtos. Valores acima de 0,85 sugerem que não há validade discriminante. Para construtos com conceitos semelhantes, o valor limite seria até 0,9 (Henselere et al., 2015). Os resultados encontrados atenderam a literatura conforme Tabela 3.

Tabela 3: Validade discriminante Racio Heterotrait-Monotrait (HTMT)

	1	2	3	4	5
1 – CT					
2 – CE	0,884				
3 – AI	0,709	0,765			
4 – PR	0,513	0,533	0,486		
5 – SO	0,243	0,360	0,327	0,222	

Fonte: Dados da pesquisa. Nota: CT (Curiosidade no trabalho); CE (Criatividade do trabalhador); AI (Associação de ideias); PR (Propensão ao risco); SO (Suporte organizacional percebido).

Pelo exposto, concluiu-se que os resultados apresentados atendem a todos os critérios de validade do modelo de mensuração. Tanto a validade convergente quanto a validade discriminante demonstraram resultados adequados para a realização do teste de hipóteses no modelo proposto.

4.2 Análise do modelo de mensuração

As hipóteses desta pesquisa foram testadas, com e sem as variáveis de controle utilizando

da técnica da modelagem de equações estruturais com estimativa dos mínimos quadrados parciais (PLS). Os resultados são apresentados na Figura 1.

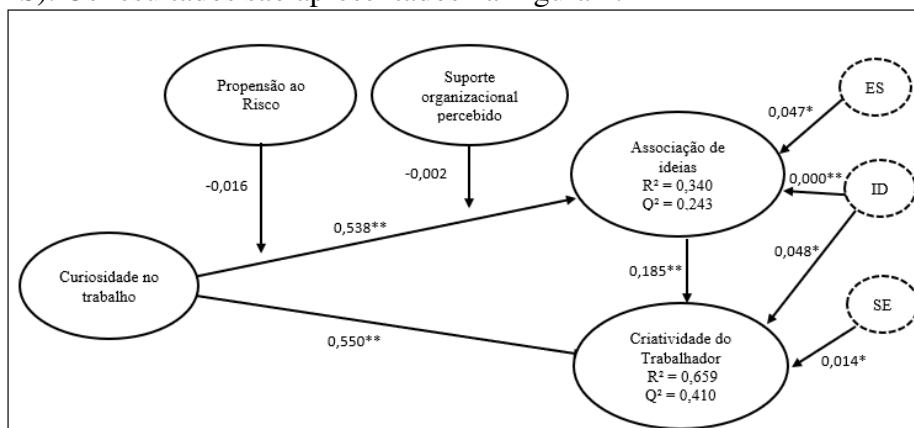


Figura 1: Modelo estrutural Nota: **** p-valor < 0,01; * p-valor < 0,05; R² (Coeficiente de determinação); Q² (Relevância preditiva); ES (Variável de controle escolaridade); ID (Variável de controle idade); SE (Variável de controle sexo)

Fonte: Elaboração própria

Conforme demonstrado na Tabela 4, observou-se que os resultados de significância das relações testadas não foram alterados pela presença das variáveis de controle significativas no modelo. Além disso, as variáveis de controle escolaridade e idade influenciaram o construto associação de ideias, enquanto, as variáveis, idade e sexo, influenciaram o construto criatividade do trabalhador. As demais variáveis de controle, renda e tempo de serviço, não obtiveram nenhuma significância em nenhuma das relações com os construtos endógenos.

Verificou -se que as hipóteses H1, H2 e H3 foram suportadas. As hipóteses H4 e H5 não foram significativas no modelo testado. Neste sentido, reporta-se que para tais resultados a qualidade do ajuste do modelo foi realizada utilizando como avaliação os indicadores R² (poder explicativo), Q² (validade preditiva) e o tamanho dos efeitos f² de acordo com a classificação de Cohen (1988). Com relação os R², são considerados os valores 0,02 pequeno, 0,15 médio e 0,26 grande. Para o Q², são aceitáveis quando superiores a zero. Com relação os f², consideram-se os efeitos como 0,02 fraco, 0,15 moderado e 0,35 médio (Cohen, 1988).

Tabela 4: Efeitos diretos e indiretos sem e com variáveis de controle

Efeitos	Hipóteses	Resultados sem controle		Resultados com controle		
		Coef.	Valores de P	Coef.	Valores de P	
Direto	CT -> CE	H1	0,554	0,000**	0,550	0,000**
	CT -> AI	H2	0,562	0,000**	0,538	0,000**
Indireto	CT -> AI -> CE	H3	0,199	0,000**	0,185	0,000**
Variáveis de controle						
	Escolaridade -> Associação de Ideias				0,062	0,047*
	Idade -> Associação de ideias				0,127	0,000**
	Idade -> Criatividade do Trabalhador				0,044	0,048*
	Região-> Associação de Ideias				0,043	0,165
	Região -> Criatividade do Trabalhador				0,003	0,931
	Sexo -> Criatividade do Trabalhador				0,055	0,014*

Fonte: Dados da pesquisa Nota: ** p-valor < 0,01; * p-valor < 0,05; CT (Curiosidade no trabalho); CE (Criatividade do trabalhador); AI (Associação de ideias); PR (Propensão ao risco); SO (Suporte organizacional percebido).

Conforme demonstrado na Figura 2, o construto associação de ideias apresentou R² 0,340, Q² 0,243, enquanto criatividade do trabalhador demonstrou R² 0,659, Q² 0,410. O construto associação de ideias e criatividade do trabalhador apresentaram valores superiores ao recomendado pela literatura.

Tabela 5: Testes dos efeitos moderadores – Resultados com variáveis de controle

Relação Estrutural		Gardner et al (2017, p. 614)	f ²	Coef.	p-valor
PR MOD -> AI (MEDIADORA)		XZ			
CT -> AI -> CE	H4	X	0,001	-0,016	0,370
PR -> AI		Z			
SO MOD -> AI (MEDIADORA)		XZ			
CT -> AI -> CE	H5	X	0,000	-0,002	0,931
SO -> AI		Z			

Fonte: Dados da pesquisa Nota: ** p-valor < 0,01; * p-valor < 0,05; CT (Curiosidade no trabalho); CE (Criatividade do trabalhador); AI (Associação de ideias); PR (Propensão ao risco); SO (Suporte organizacional percebido).

Por fim, observou-se o fator de inflação de variância (Variance Inflation Factor - VIF) que demonstra a presença de colinearidade do modelo, nesta pesquisa todos os valores VIF dos indicadores do modelo foram menores do que 3, variando entre 1,000 e 2,990 considerados aceitáveis na literatura (Hair et al., 2019). Com relação ao tamanho dos efeitos (f²) das variáveis moderadoras ambas apresentaram efeitos abaixo de 0,02 considerados fraco pela literatura (Cohen, 1988).

4.3 Discussão de resultado

A hipótese H1, que avaliou a relação entre curiosidade no trabalho e criatividade do trabalhador foi suportada ($\Gamma = 0,550$; $f^2 = 0,601$; $p < 0,00$). Este resultado corrobora com os trabalhos de Celik et al. (2016) e Hardy III et al. (2017), o resultado confirma que a curiosidade no trabalho está positivamente associada à criatividade do trabalhador. Compreende-se esse resultado ao observar que a criatividade do trabalhador é viabilizada pelo espírito exploratório de uma mente criativa (Chang & Shih, 2018). Neste sentido ser curioso no ambiente de trabalho pode ser vista com condição essencial que conduz a criatividade do trabalhador (Kashdan et al., 2020). Adicionalmente, os resultados corroboram com o trabalho de Gross et al. (2020), que alertam para necessidade de mais pesquisas quanto a como os diferentes aspectos dos construtos curiosidade e criatividade estão relacionados.

Sendo assim, com relação à curiosidade praticada no ambiente de trabalho, é possível considerar que, se essa capacidade em aprender e explorar conhecimentos relacionados ao trabalho são úteis, podem impactar no comportamento exploratório e de resolução de problemas, possivelmente gerando reflexos positivos na criatividade do trabalhador. Desse modo, entende-se que a curiosidade no local de trabalho pode estimular a capacidade em explorar novos métodos para executar as tarefas no ambiente de trabalho, o que por sua vez, tende a gerar no indivíduo atitudes positivas em relação aos desafios, resolução de problemas e o trabalho criativo.

A hipótese H2 propôs que a curiosidade no trabalho influencia positivamente a associação de ideias, hipótese que foi suportada ($\Gamma = 0,538$; $f^2 = 0,426$; $p < 0,00$). Corrobora com os achados da literatura que examinaram a influência da curiosidade no trabalho na forma como o indivíduo coleta e combina informações (Kashdan & Steger, 2007; Schutte & Malouff, 2020). Ademais, esses resultados sugerem que é necessário ser curioso para usar aspectos de ideias iniciais como um trampolim para ideias subsequentes, especificamente, na transformação de ideias iniciais menos criativas em ideias finais mais criativas, alinhando-se ao que foi encontrado nos resultados de Hagtvedt et al. (2019).

Dessa maneira, identifica-se que, ao apresentar comportamento exploratório e de resolução de problemas no ambiente de trabalho, o indivíduo pode facilitar o processo de gerar e associar novas informações e ideias, principalmente quando há diferentes informações, podendo ser um antecedente para a intensificação da associação de ideias. Assim, os resultados

indicam que a curiosidade no trabalho, quando incentivada, pode melhorar a eficácia da geração e combinação de informações e provavelmente aumentar a associação de ideias.

A hipótese H3, que avaliou o efeito mediador da associação de ideias na relação entre curiosidade no trabalho e criatividade do trabalhador foi suportada ($\Gamma = 0,185$; $p < 0,00$). Este resultado pode indicar que a associação de ideias medeia positivamente a relação positiva entre curiosidade no trabalho e criatividade do trabalhador, revelando resultado que corroboram com a percepção da associação de ideias como uma estratégia eficaz de geração de ideias criativas (Hagtvedt et al., 2019). Tais evidências implicam, ainda, reflexões a respeito do impacto de ter indivíduos mais criativos e inovadores no ambiente de trabalho, como por exemplo, ao proporcionar um ambiente de trabalho que estimule uma maior associação de ideias entre os indivíduos (Hagtvedt et al., 2019). Além disso, Schutte e Malouff (2020) apontaram em seu estudo para os vários caminhos que conectam curiosidade à criatividade. Portanto, em consonância com este trabalho, a associação de ideias se apresenta como um caminho possível.

Os resultados indicaram que uma parte do efeito da curiosidade do trabalhador sobre a sua criatividade, ou capacidade de gerar novas ideias e inovar no ambiente de trabalho, depende da sua capacidade de associar ideias. Posto de outro modo, quanto maior a capacidade cognitiva e intelectual do trabalho no que tange a associação de diferentes informações e ideias, maior será o efeito da curiosidade na criatividade. Dada essa relação, as empresas que buscam e que demandam um alto índice de inovação e criatividade no mercado devem buscar desenvolver a capacidade de associar informações dos seus trabalhadores. Também, é possível supor que para melhorar o processo criativo dentro da empresa, estas devem investir na capacidade crítica e de assimilação de informações dos seus trabalhadores.

As hipóteses H4 e H5 contemplavam os efeitos moderadores na relação de mediação proposta na hipótese H3, conforme evidenciado na tabela 5. Os resultados indicam que na hipótese H4 o efeito mediador positivo da associação de ideias na relação entre curiosidade no trabalho e criatividade do trabalhador não foi moderado pela propensão ao risco ($\Gamma = -0,016$; $f^2 = 0,01$; $p < 0,370$). A hipótese H5 também não apresentou significância no efeito moderador do suporte organizacional percebido que tenderia a intensificar a mediação positiva via associação de ideias na relação entre curiosidade no trabalho e criatividade do trabalhador ($\Gamma = -0,002$; $f^2 = 0,000$; $p < 0,931$).

A explicação para esses resultados baseia-se na visão de que nem todos os indivíduos em uma organização são abertos a novas experiências e desejam fazer bem o seu trabalho, que são fatores fortemente correlacionados com a curiosidade (Mussel et al., 2012; Hassan, Bashir & Mussel, 2015). Além disso, existe a influência de tensões paradoxais no ambiente de trabalho, onde o apoio a mitigação de riscos é ponderado em detrimento da criação de soluções produtivas para os problemas, mais especificamente, do comportamento de apoio a curiosidade e comportamentos criativos (Smith & Lewis, 2011; Bickett et al., 2019).

Com suporte nessa análise, pode-se esclarecer o entendimento de que apenas assumir riscos e perceber até que ponto as organizações encorajam, respeitam e reconhecem quem demonstra criatividade, são insuficientes para intensificar a criatividade do trabalhador, e nesse cenário a tendência é que a disposição geral do indivíduo não se altere, não tendo reflexo na criatividade do trabalhador.

Os resultados observados a partir das hipóteses H4 e H5 podem ter sido influenciados pela distribuição da amostra. Visto que, aproximadamente 81% da amostra foi composta por indivíduos com nível superior completo, o que por sua vez, podem ser mais naturalmente propensos ao risco. Desse modo, não foi possível identificar o efeito de moderação na relação entre curiosidade e criatividade mediada pela associação de ideias.

Por fim, o tempo de serviço dos indivíduos resultantes da amostra, 11,37% entre 6 a 8 anos, e 33,67 acima de 8 anos, pode indicar uma maior capacidade de interpretar os processos e o contexto de trabalho onde estão inseridos, e assim, favorecer a criação, troca e disseminação

de novas ideias dentro do contexto de trabalho.

5. Conclusão

Nesta pesquisa, buscou-se identificar o efeito que a curiosidade no trabalho exerce de influência na associação de ideias e essas influenciam a criatividade do trabalhador. Além disso, face a importância das características individuais e do ambiente de trabalho, destacou-se também o efeito moderador da propensão ao risco e do suporte organizacional percebido na relação entre curiosidade e criatividade do trabalhador mediada pela associação de ideias. A partir dos resultados, verificou-se que a curiosidade no trabalho possui um efeito direto na criatividade do trabalhador, mas que também possui um efeito indireto. O efeito indireto observado depende da associação de ideias, que produziu um efeito positivo e aumentou a criatividade do trabalhador. Ainda, os achados evidenciaram que a propensão ao risco e o suporte organizacional percebido à criatividade não apresentaram um efeito significativo na relação entre a curiosidade no trabalho e criatividade do trabalhador mediada pela associação de ideias.

Desta forma, conclui-se que desenvolver atividades e um ambiente de trabalho que estimulem e possibilitem uma maior associação de ideias entre os indivíduos, podem favorecer a criatividade do trabalhador. Portanto, ressalta-se que a associação de ideias e a capacidade de explorar ideias e novos métodos para executar as tarefas no ambiente de trabalho, podem impactar positivamente a criatividade do trabalhador. Além disso, observou-se como resultado, a identificação da associação de ideias como uma estratégia eficaz de geração de ideias criativas. Ademais, levanta a questão de que as características dos trabalhadores baseadas na percepção, como o suporte organizacional percebido, e baseadas na disposição do indivíduo, como propensão ao risco, não sejam suficientes para intensificar a relação indireta positiva entre curiosidade no trabalho e criatividade do trabalhador.

Desse modo, essa pesquisa contribui teoricamente com uma nova abordagem que evidencia a importância da capacidade que os indivíduos possuem em associar e organizar ideias, de forma que a busca pelo conhecimento e a capacidade em explorar coisas novas, possam favorecer a criatividade do trabalhador no ambiente de trabalho.

Como contribuição prática, os achados desta pesquisa contribuem para que empresas e gestores que precisam levar suas equipes a melhores resultados em termos de inovação, identifiquem e estimulem atividades que tornem possível a organização, combinação e geração de ideias, de forma a conduzir adequadamente as chances de que a criatividade ocorra. Por fim, os programas organizacionais designados para aumentar a criatividade podem basear-se nesses resultados e coletar *insights* para destravar a curiosidade, e por consequência, estimular a associação de ideias ou a criatividade.

Sugere-se que o mesmo estudo seja realizado com uma amostra probabilística, uma vez que não foi possível uma coleta de dados de forma segmentada, então, diferentes amostras de diferentes contextos organizacionais de pesquisa são sugeridas, como por exemplo indústria automobilística, que passa por profundas transformações. Além disso, outra limitação relaciona-se ao fato que os resultados deste estudo precisam ser analisados através da perspectiva de como os efeitos mudam de acordo com os grupos analisados. Para tal, região configura-se como oportuno tendo vista as dimensões continentais do Brasil.

Por fim, para pesquisas futuras propõe-se a inclusão de novos construtos no modelo que possibilitem analisar outros aspectos que antecedem a criatividade do trabalhador, como a orientação para a aprendizagem e a autonomia, ampliando, assim, os resultados encontrados nesse estudo. Além disso, sugere-se avaliar outras variáveis como mediadoras na relação entre curiosidade e criatividade, por exemplo, humor, motivação intrínseca e resiliência, uma vez que são variáveis que impactam o desempenho dos indivíduos no ambiente de trabalho.

REFERÊNCIAS

- Alzghoul, A., Elrehail, H., Emeagwali, O. L., & AlShboul, M. K. (2018). Knowledge management, workplace climate, creativity and performance. *Journal of Workplace Learning, 30*(8), 592-612.
- Amabile, T. M. (1988). "A model of creativity and innovation in organizations", in Staw, B. M. and Cummings, L. L. (Eds), *Research in Organizational Behavior, 10*(1), 123-167.
- Amabile, T. M., & Pratt, M. G. (2016). The dynamic componential model of creativity and innovation in organizations: making progress, making meaning. *Research in Organizational Behavior, 36*(1), 157-183.
- Amabile, T. M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J., & Herron, M. (1996). Assessing the work environment for creativity. *Academy of Management Journal, 39*(5), 1154-1184.
- Anderson, N., Potočník, K., & Zhou, J. (2014). Innovation and creativity in organizations: a state-of-the-science review, prospective commentary, and guiding framework. *Journal of management, 40*(5), 1297-1333.
- Bickett, D., Schweitzer, J., & Mastio, E. (2019). Curiosity in leadership: a strategic paradox. In 35th European Group for Organizational Studies Colloquium.
- Bran, A., & Vaidis, D. C. (2019). Assessing risk-taking: what to measure and how to measure it. *Journal of Risk Research, 23*(4), 490-503.
- Celik, P., Storme, M., Davila, A., & Myszkowski, N. (2016). Work-related curiosity positively predicts worker innovation. *Journal of Management Development, 35*(9), 1184-1194.
- Chang, Y. Y., & Shih, H. Y. (2018). Work curiosity: a new lens for understanding employee creativity. *Human Resource Management Review, 29*(4), 1-14.
- Charyton, C., Hutchison, S., Snow, L., Rahman, M. A., Elliot, J. O. (2009). Creativity as an attribute of positive psychology: the impact of positive and negative effect on the creative personality. *Journal of Creative in Mental Health, 4*(1), 57-66.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. New York, New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- Da Rocha, K. N., Wechsler, S. M. (2018). Avaliação da criatividade nas organizações: estudo comparativo de técnicas usuais e estandardizadas de avaliação psicológica. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación-e Psicológica, 3*(48), 139-149.
- Darvishmotevali, M., Altinay, L., & Köseoglu, M. A. (2020). The link between environmental uncertainty, organizational agility, and organizational creativity in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management, 87*.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry, 11*(4), 227-268.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology, 71*(3), 500-507.
- Fornell, C., Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research, 18*(1), 39-50.
- Gross, M. E., Zedelius, C. M., & Schooler, J. W. (2020). Cultivating an understanding of curiosity as a seed for creativity. *Current Opinion in Behavioral Sciences, 35*(1), 77-82.
- Hagtvedt, L. P., Dossinger, K., Harrison, S. H., & Huang, L. (2019). Curiosity made the cat more creative: specific curiosity as a driver of creativity. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 150*(1), 1-13.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review, 31*(1), 2-24.
- Hardy III, J. H., Ness, A. M., & Mecca, J. (2017). Outside the box: epistemic curiosity as a predictor of creative problem solving and creative performance. *Personality and Individual Differences, 104*(1), 230-237.
- Harrison, S. D., & Dossinger, K. (2017). Pliable guidance: a multilevel model of curiosity,

- feedback seeking, and feedback giving in creative work. *Academy of Management*, 60(6), 2051-2072.
- Hassan, M. M., Bashir, S., & Mussel, P. (2015). Personality, learning, and the mediating role of epistemic curiosity: a case of continuing education in medical physicians. *Learning and Individual Differences*, 42(1), 83-89.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Higgins, E. T. (1998). Promotion and prevention: regulatory focus as a motivational principle. *Advances in Experimental Social Psychology*, 30(1), 1-46.
- Higgins, E. T., Cornwell, & J. F. M. (2016). Securing foundations and advancing frontiers: prevention and promotion effects on judgment & decision making. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 136(1), 56-67.
- Highhouse, S., Ney, C. D., Zhang, D. C., & Rada, T. B. (2017). Structure of the DOSPERT: is there evidence for a general risk factor? *Journal of Behavioral Decision Making*, 30(2), 400-406.
- Horstmeyer, A. (2020). The generative role of curiosity in soft skills development for contemporary VUCA environments. *Journal of Organization Change Management*, 33(1), 737-751.
- Huang, Q. L. (2021). Can curious employees be more innovative? Exploring the mechanism of intrinsic motivation and job autonomy. *Psychology*, 12(3), 425-440.
- Hughes, D. J., Lee, A., Tian, A. W., Newman, A., Legood, A. (2018). Leadership, creativity, and innovation: a critical review and practical recommendations. *The Leadership Quarterly*, 29(5), 549-569.
- Josef, A. K., Richeter, D., Samanez-Larkin, G. R., Wagneer, G. G., Hertwig, R., & Mata, R. (2016). Stability and change in risk-taking propensity across the adult life span. *Journal of Personality and Social Psychology*, 111(3), 430-450.
- Kashdan, T. B., Disabato, D. J., Goodman, F. R., & McKnight, P. E. (2020). The five-dimensional curiosity scale revised: (5DCR): briefer subscales while separating overt and covert social curiosity. *Personality and Individual Differences*, 157.
- Kashdan, T. B., & Fincham, F. D (2002). Facilitating creativity by regulating curiosity. *The American Psychologist*, 57(5), 373-374.
- Kashdan, T. B., & Steger, M. F (2007). Curiosity and pathways to well-being meaning in life: traits, states, and everyday behaviors. *Motivation and Emotion*, 31(3), 159-173.
- Khalili, A. (2016). Linking transformational leadership, creativity, innovation, and innovation-supportive climate. *Management Decision*, 54(9), 2277-2293.
- Kremer, H., Villamor, L., & Aguinis, H. (2019). Innovation leadership: best-practice recommendations for promoting employee creativity, voice, and knowledge sharing. *Business Horizons*, 62(1), 65-74.
- Lauriola, M., Litman, J. A., Mussel, P., De Santis, R., Crowson, H. M., & Hoffman, R. R. (2015). Epistemic curiosity and self-regulation. *Personality and Individual Differences*, 83(1), 202-207.
- Li, W., Bhutto, T. A., Xuhui, W., Maitlo, Q., Zafar, A. U., & Bhutto, N. A. (2020). Unlocking employees' green creativity: the effects of green transformational leadership, green intrinsic, and extrinsic motivation. *Journal of Cleaner Production*, 255.
- Litman, J. A. (2005). Curiosity and the pleasures of learning: Wanting and liking new information. *Cognition and Emotion*, 19(6), 793-814.
- Loewenstein, G. (1994). The psychology of curiosity: a review and reinterpretation. *Psychological Bulletin*, 116(1), 75-98.
- Müceldili, B., Tatar, B., & Erdil (2020). Can curious employees be more agile? The role of

- cognitive style and creative process engagement in agility performance. *Global Business and Organizational Excellence*, 39(1), 39-52.
- Mumford, M. D., & Gustafson, S. B. (1988). Creativity syndrome: integration, application, and innovation. *Psychological Bulletin*, 103(1), 27-43.
- Mumford, M. D., & McIntosh, T. (2017). Creative thinking processes: the past and the future. *The Journal of Creative Behavior*, 51(4), 357-322.
- Mussel, P., Spengler, M., Litman, J. A., & Schuler, H. (2012). Development and validation of the German work-related curiosity scale. *European Journal of Psychological Assessment*, 28(2), 109-117.
- Nicholson, N., Fenton-O'Creevy, M., Soane, E., & Willman, P. (2002). Risk Propensity and Personality. *Working Paper*, London Business School, London, U. K.
- Nicholson, N., Soane, E., Fenton-O'Creevy, M., & Willman, P. (2005). Personality and domain specific risk taking. *Journal of Risk Research*, 8(2), 157-176.
- Peljko, Ž., Jeraj, M., Săvoiu, G., & Marič, M. (2016). An empirical study of the relationship between entrepreneurial curiosity and innovativeness. *Organizacija*, 49(3), 172-182.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54-67.
- Schutte, N. S., & Malouff, J. M. (2019). A meta-analysis of the relationship between curiosity and creativity. *Journal of Creative Behavior*, 54(4), 940-947.
- Schutte, N. S., & Malouff, J. M. (2020). Connections between curiosity, flow and creativity. *Personality and Individual Differences*, 152.
- Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: a path model of individual innovation in the workplace. *Academy of Management Journal*, 37(3), 580-607.
- Shafi, M., Zoya, Lei, Z., Song, X., & Sarker, M. N. I. (2020). The effects of transformational leadership on employee creativity: moderating role of intrinsic motivation. *Asia Pacific Management Review*, 25(3), 166-176.
- Shalley, C. E., Zhou, J., & Oldham, G. R. (2004). The effects of personal and contextual characteristics on creativity: where should we go from here? *Journal of Management*, 30(6), 933-958.
- Smith, W. K., & Lewis, M. W. (2011). Toward a theory of paradox: a dynamic equilibrium model of organizing. *Academy of Management Journal*, 36(2), 381-403.
- Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1999). The concept of creativity: prospects and paradigms. *Handbook of Creativity*, 3-15.
- Uddin, M. A., Fan, L., & Das, K. (2017). A study of the impact of transformational leadership, organizational, and knowledge management on organizational innovation. *Management Dynamics*, 16(2), 42-54.
- Wagstaff, M. F., Flores, G. L., Ahmed, R., & Villanueva (2020). Mesasures of Curiosity. *Human Resource Development Quarterly*, 1-27.
- Wang, C., & Huang, Y. (2018). "I want to know the answer! Give me fish 'n' chips!": the impact of curiosity on indulgent choice. *Journal of Consumer Research*, 44(1), 1052-1067.
- Xu, S., Pan, Y., Fang, Z., Yang, Z., Yang, F., Wang, F., & Rao, H. (2018). Differential effects of real versus hypothetical monetary reward magnitude on risk-taking behavior and brain activity. *Scientific Reports*, 8(1).
- Zhang, C. D., Highhouse, S., & Neye, C. D. (2018). Development and validation of the General Risk Propensity scale (GRiPS). *Journal of Behavioral Decision Making*, 32(2), 152-167.
- Zhou, J., & George, J. M. (2001). When job dissatisfaction leads to creativity: encouraging the expression of voice. *Academy of Management Journal*, 44(4), 682-696.
- Zhou, J., & George, J. M. (2003). Awakening employee creativity: the role of leader emotional intelligence. *Leadership Quartely*, 14(4-5), 545-568.

APÊNDICE A – CONSTRUTOS E VARIÁVEIS

Construtos	Carga fatorial	Item – original em inglês	Item – Adaptado
CT Curiosidade Trabalho Mussel, Spengler, Litman e Schuler (2012)	CT1 = excluída	1. I am interested in how my contribution impacts the company.	Eu tenho interesse em saber como minhas contribuições impactam a empresa em que trabalho (ou se estiver desempregado/a, “a última empresa em que trabalhei”).
	CT2 = 0,786	2. I enjoy developing new strategies.	Eu gosto de desenvolver novas estratégias.
	CT3 = excluída	3. Regarding practical problems, I’m also interested in the underlying theory.	Em relação aos problemas práticos, estou não só interessado em conhecê-los, mas também em entender o porquê deles terem acontecido.
	CT4 = 0,771	4. When confronted with complex problems, I like to look for new solutions.	Quando confrontado com problemas complexos, gosto de procurar novas soluções.
	CT5 = excluída	5. I enjoy pondering and thinking.	Eu gosto de pensar antes de agir.
	CT6 = excluída	6. I am eager to learn.	Eu sou uma pessoa que adora aprender.
	CT7 = excluída	7. I keep thinking about a problem until I’ve solved it.	Eu continuo pensando em um problema até resolvê-lo.
	CT8 = excluída	8. I challenge already existing theories critically.	Eu costumo me perguntar se as explicações que são dadas para determinados problemas realmente se aplicam ao que estou observando.
	CT9 = 0,725	9. I carry on seeking information until I am able to understand complex issues.	Eu continuo buscando informações até conseguir entender questões complexas.
	CT10 = 0,784	10. I try to improve work processes by making innovative suggestions.	Eu tento melhorar os processos de trabalho fazendo sugestões inovadoras.
CE Criatividade Trabalhador Zhou e George (2001); Scott e Bruce (1994)	CE1 = excluída	Suggests new ways to achieve goals or objectives.	Eu sugiro novas formas de atingir metas ou objetivos.
	CE2 = 0,794	Comes up with new and practical ideas to improve performance.	Eu tenho ideias novas e práticas para melhorar o desempenho.
	CE3 = 0,739	Searches out new technologies, processes, techniques, and/or product ideas.	Eu procuro novas tecnologias, processos, técnicas e/ou ideias para novos produtos/serviços.
	CE4 = excluída	Eu sugiro novas formas de aumentar a qualidade.	Eu sugiro novas formas de aumentar a qualidade.
	CE5 = 0,812	Is a good source of creative ideas.	Eu sou uma boa fonte de ideias criativas.
	CE6 = excluída	Is not afraid to take risks.	Não tenho medo de correr riscos.
	CE7 = 0,752	Promotes and champions ideas to others.	Eu promovo e compartilho novas ideias.
	CE8 = 0,806	Exhibits creativity on the job when given the opportunity to.	Eu demonstro criatividade no trabalho quando surge uma oportunidade para isso.
	CE9 = 0,738	Develops adequate plans and schedules for the implementation of new ideas.	Eu desenvolvo planos adequados para implementar novas ideias.
	CE10 = 0,845	Often has new and innovative ideas.	Muitas vezes tenho ideias novas e inovadoras.
	CE11 = 0,842	Comes up with creative solutions to problems.	Encontro soluções criativas para os problemas.
	CE12 = excluída	Often has a fresh approach to problems.	Muitas vezes lido com os problemas que eu enfrento de forma natural.
	CE13 = 0,820	Suggests new ways of performing work tasks.	Eu sugiro novas formas de desempenhar as tarefas do trabalho.
AI Associação de Ideias Hagtvedt, Dossinger, Harrison e Huang (2019)	AI1 = 0,827	I develop early ideas knowing that I’ll use them mainly as a stepping stone to a final idea.	Eu penso em coisas antecipadamente sabendo que as utilizarei como um passo intermediário para uma ideia final.
	AI2 = 0,876	I use on idea as a springboard to the next.	Eu uso uma ideia como trampolim para a próxima.
	AI3 = 0,858	Initial ideas often point me towards additional possibilities.	De modo geral, ideias iniciais me fazem enxergar outras possibilidades em momentos posteriores.
PR Propensão ao Risco Zhang, Highhouse e Nye (2018)	PR1 = 0,790	1. Taking risks makes life more fun.	Ao assumir riscos deixo a minha vida mais divertida.
	PR2 = 0,856	2. My friends would say that I’m a risk taker.	Meus amigos diriam que gosto de assumir riscos.
	PR3 = 0,874	3. I enjoy taking risks in most aspects of my life.	Eu gosto de assumir riscos na maioria dos aspectos da minha vida.
	PR4 = 0,820	4. I would take a risk even if it meant I might get hurt.	Eu costumo assumir riscos, mesmo que isso possa me afetar negativamente.
	PR5 = 0,844	5. Taking risks in an important part of my life.	Eu considero que assumir riscos é uma parte importante da minha vida.
	PR6 = 0,841	6. I commonly make risky decisions.	Eu costumo tomar decisões arriscadas.
	PR7 = 0,822	7. I am a believer of talking chances.	Eu acredito que vale a pena correr riscos.
	PR8 = 0,831	8. I am attracted, rather than scared, by risk.	Sou atraído, ao invés de me assustar, pelo risco.
SO Suporte Organizacional Percebido Zhou e George (2001); Scott e Bruce (1994)	SO1 = 0,900	Creativity is encouraged at [company].	A criatividade é incentivada na empresa em que trabalho.
	SO2 = 0,916	Our ability to function creatively is respected by the leadership.	Minha capacidade de agir criativamente é respeitada pela liderança na empresa em que trabalho.
	SO3 = 0,827	The reward system here encourages innovation.	O sistema de recompensa da empresa em que trabalho incentiva a inovação.
	SO4 = excluída	[Company] publicly recognizes those who are innovative.	A empresa em que trabalho reconhece publicamente aqueles que são inovadores.