

Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Instituto de Psicologia  
Programa de Pós-Graduação em Psicologia

**AS FORÇAS DE CARÁTER, A CRIATIVIDADE E O *FLOW* EXPERIENCIADO  
POR DESIGNERS NO TRABALHO: UM ESTUDO EMPÍRICO**

JÉSSICA DA ROSA BECK

Porto Alegre, julho de 2022.

JÉSSICA DA ROSA BECK

AS FORÇAS DE CARÁTER, A CRIATIVIDADE E O ESTADO DE *FLOW*  
EXPERIENCIADO POR DESIGNERS NO TRABALHO: UM ESTUDO EMPÍRICO

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Psicologia, sob orientação da Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Claudia Giacconi.

Porto Alegre, julho de 2022

Ao meu pai, Sérgio,  
de quem eu herdei a curiosidade  
e o amor pelo aprendizado.

## AGRADECIMENTOS

Uma das intervenções em psicologia positiva mais utilizadas insiste em escrever uma carta de gratidão para alguém que teve um papel importante na sua vida. Como tenho muitas pessoas a agradecer, e o foco do agradecimento é esta dissertação, aqui faço uma adaptação muito mais sucinta desse exercício.

Agradeço, primeiramente, à minha família. Aos meus pais, Sérgio e Fátima, que sempre me encorajaram a estudar, aprender e criar. Ao meu pai, por me passar o amor pela leitura e a quem, com imenso amor e saudade, dedico essa dissertação. À minha mãe, por me inspirar a exercer a criatividade e espiritualidade. E à minha irmã, Larissa, por me desafiar a superar os meus medos.

Agradeço ao Diones, meu companheiro, por me ensinar a importância da perseverança. Principalmente, por me incentivar a ser melhor, seguir os meus sonhos e acreditar em mim mesma.

Agradeço à minha orientadora, Profa. Claudia Giacomoni, por me guiar nessa jornada de conhecimento com mente aberta, generosidade e perspectiva. À Liriel, pelo interesse no meu projeto e me ajudar na revisão de literatura e coleta de dados. Aos meus colegas do NEPP, pela companhia e contribuições a esse trabalho com comentários e ideias. Aos professores que contribuíram com o meu projeto na etapa de qualificação e pré-qualificação: Profa. Lívia Bedin, Prof. Leandro Toledo, Profa. Clarissa de Freitas, Profa. Helen Durgante e Profa. Valeschka Guerra. E ao Núcleo de Assistência Estatística da UFRGS, que foi fundamental para a análise de dados e interpretação dos resultados.

Agradeço aos meus melhores amigos. À Amanda, por ver o melhor em mim e me incentivar a me conectar com as minhas forças pessoais. Ao Vitor, pelas conversas reflexivas e por me fazer ver o mundo através da ciência e do humor.

Agradeço à minha psicóloga, Júlia, por me ajudar a desenvolver o meu potencial e me guiar na escrita dessa dissertação.

Não menos importante, agradeço a todos os designers que se dispuseram a responder os instrumentos. Sem eles, esse estudo não seria possível.

A todos, que vocês possam cada vez mais usar as suas forças e experienciar o estado de *flow* no dia a dia.

## SUMÁRIO

<b>RESUMO</b> .....	<b>5</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>6</b>
<b>1 APRESENTAÇÃO</b> .....	<b>7</b>
<b>2 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>8</b>
FORÇAS DE CARÁTER .....	8
O ESTADO DE <i>FLOW</i> .....	12
O DESIGNER .....	14
<i>Áreas do design</i> .....	14
O PRESENTE ESTUDO .....	17
<i>Justificativa</i> .....	17
<i>Descrição do estudo empírico</i> .....	18
<b>3 ARTIGO CIENTÍFICO</b> .....	<b>19</b>
<b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>20</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>22</b>
<b>ANEXO A</b> .....	<b>27</b>
<b>ANEXO B</b> .....	<b>28</b>
<b>ANEXO C</b> .....	<b>30</b>
<b>ANEXO D</b> .....	<b>33</b>
<b>ANEXO E</b> .....	<b>35</b>
<b>ANEXO F</b> .....	<b>37</b>

## LISTA DE FIGURAS E TABELAS

<i>Figura 1 - Virtudes e forças de caráter .....</i>	9
<i>Figura 2 - Modelo Componencial da Criatividade.....</i>	12
<i>Figura 3 - Protótipos de cadeiras .....</i>	15
<i>Figura 4 - Aeroporto Internacional de Schiphol em Amsterdam .....</i>	16
<i>Figura 5 - Design de experiência do usuário (UX Design) .....</i>	17
<i>Table 1 - Character strengths scores and correlations with flow and creativity .....</i>	23
<i>Table 2 - Median differences between gender .....</i>	24

## RESUMO

Estudos anteriores apontaram os efeitos positivos das forças de caráter e do flow sobre a performance e bem-estar no trabalho. Psicólogos positivos sugerem que as forças podem levar ao estado de flow, e há, em particular, evidências empíricas da relação entre criatividade e flow. Esta dissertação utilizou um método quantitativo para investigar as forças de caráter e a experiência de flow no trabalho em 202 designers com idade média de 35 anos. Foram analisadas as suas pontuações nas forças de caráter e a relação dessas variáveis com a criatividade e o flow. Designers tiveram maiores pontuações em apreciação da beleza e excelência, curiosidade, mente aberta, justiça, generosidade, prudência e amor pelo aprendizado. A força da criatividade teve maior correlação com humor, curiosidade, mente aberta, amor pelo aprendizado e persistência. Todas as forças apresentaram correlação positiva com flow, sendo a criatividade a correlação mais forte, seguida igualmente pela perseverança, bravura e vitalidade. Esses achados evidenciam as forças de caráter mais utilizadas pelos designers, o que permite uma maior compreensão dos traços dessa população e como os designers podem performar melhor no trabalho. A relação encontrada entre forças de caráter, criatividade e flow também contribuem para futuras pesquisas nos campos do flow e da criatividade.

Palavras-chave: criatividade, flow, forças de caráter, design, designers, psicologia positiva, trabalho

## **ABSTRACT**

Using one's character strengths and experiencing flow has been shown to positively impact performance and wellbeing at work. Creativity, in particular, has been studied in relation to flow and different findings show they are positively correlated, while there are assumptions that flow may also be related to other character strengths. This dissertation used a quantitative research method to investigate the character strengths and flow experience of 202 designers (Mage = 35) and the relation between strengths, creativity and flow at work. Designers had higher scores in strengths of appreciation of beauty and excellence, curiosity, judgment, fairness, kindness, prudence, and love of learning. The strength of creativity had greater correlation with humor, curiosity, judgment, love of learning and persistence. All strengths were positively related to flow, while creativity displayed the strongest correlation, followed by persistence, bravery and zest equally. The findings of this study highlight designers' most endorsed character strengths, which allows a deeper understanding of this population's traits and what can help them better perform at work. The relation found between character strengths, creativity and flow also contribute to further research on flow and creativity.

Key words: creativity, flow, character strengths, design, designers, positive psychology, work



## 1 APRESENTAÇÃO

O design é um campo de atuação relativamente recente considerado parte da indústria criativa. Como bacharel em Design de Produto e ex-graduanda em Psicologia, por um tempo venho refletindo sobre as características que um designer deve ter. Durante a graduação, percebi que a pesquisa e o conhecimento eram tão importantes quanto a criatividade para desenvolver produtos eficientes e inovadores. Tenho interesse em áreas de intersecção entre a psicologia e o design, como a psicologia das cores e a semiótica. No meu mestrado, entretanto, não estudei os efeitos psicológicos do design, mas outro aspecto dessa relação entre as duas áreas: as características psicológicas positivas do designer.

A psicologia positiva estuda como ajudar as pessoas a encontrarem bem-estar, sentido e engajamento em diversos segmentos da vida. As forças de caráter são consideradas um dos meios para o desenvolvimento e a satisfação pessoal, bem como um caminho para o estado de *flow*. As forças com as quais uma pessoa mais se identifica, que se manifestam em maior nível, são chamadas de forças pessoais. Meu primeiro contato com a classificação de 24 forças de caráter foi no fim de 2019, ao ler o livro *Felicidade autêntica*, do Martin Seligman. O *flow*, descobri no fim do ensino médio, em 2011, quando li o livro *Como encontrar o trabalho da sua vida*, do filósofo Roman Krznaric. Por ocasião do destino, vim a me interessar pela psicologia positiva depois da graduação e descobri que há uma relação entre o *flow* e as forças de caráter. Passei a me perguntar então quais seriam as forças pessoais dos designers, se a criatividade seria uma delas, e se as forças teriam alguma relação com o *flow*. A partir dessa indagação, surgiu o meu tema de pesquisa.

Segundo Seligman e Csikzentmihalyi (2000), a psicologia positiva busca estudar três campos principais: (1) as experiências subjetivas, (2) as características individuais e (3) as instituições. Neste estudo foram investigados o estado de *flow* (experiência subjetiva positiva) e as forças de caráter (características positivas individuais) dos designers de modo a trazer mais satisfação, engajamento e sentido ao seu contexto de trabalho (instituição). Esta dissertação é composta por uma introdução teórica e um estudo empírico apresentado em forma de artigo. Após, são apresentadas as considerações finais da dissertação.

## 2 INTRODUÇÃO

O campo da psicologia focou historicamente em como prevenir ou diminuir o sofrimento psicológico. Em anos recentes, passou-se a dar mais atenção a como enriquecer a vida com mais propósito, engajamento e bem-estar. A psicologia positiva surgiu como um movimento para equilibrar a pesquisa científica psicológica, de modo a trazer uma visão mais ampla do ser humano e do funcionamento ótimo em diversos contextos. Assim, estuda-se como estimular as qualidades e interações humanas, as emoções positivas e o sentido de vida para criarmos uma sociedade não apenas menos doente ou funcional, mas mais realizada e feliz (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000).

O objetivo último da psicologia positiva é ajudar indivíduos, comunidades e instituições a florescerem (Seligman, 2011). Segundo Bedin e Zamarchi (2019), o termo florescimento tem origem na botânica e se refere ao crescer e desabrochar das flores. Apropriado pela psicologia positiva, florescimento se refere a um estado progressivo de bem-estar e funcionamento ótimo no âmbito psicológico e social. O florescimento é caracterizado pelo crescimento, pois o indivíduo floresce à medida que vive com engajamento e de acordo com seus valores, talentos e forças, encontrando bem-estar ao usar seu pleno potencial (Bedin & Zamarchi, 2019; Keyes et al., 2012; Rothmann, 2014). Para Seligman (2011), o florescimento é composto de cinco dimensões, identificadas em inglês pela sigla PERMA: emoções positivas (P), engajamento (E), relacionamento (R), significado (M) e realização (A).

O florescimento no trabalho, por sua vez, se refere ao funcionamento ótimo durante as atividades laborais, caracterizado por emoções positivas, bons relacionamentos, engajamento e propósito (Diener & Chan, 2011). Aplicada ao âmbito do trabalho, a psicologia positiva busca melhorar tanto a qualidade de vida quanto a produtividade, auxiliando as pessoas a encontrarem sentido e prazer em suas ocupações profissionais. Diversos construtos positivos são estudados em relação ao trabalho, sendo destacados no presente estudo o estado de *flow* e as forças de caráter como meios de encontrar mais sentido, engajamento e bem-estar (Green et al., 2017; Ribera & Ceja, 2017; Rothmann, 2014).

### FORÇAS DE CARÁTER

Pesquisadores da psicologia positiva se dedicaram durante alguns anos para pesquisar e descrever as forças de caráter a partir da leitura textos das mais influentes tradições religiosas e filosóficas do mundo. Esse projeto foi liderado por Christopher

Peterson e Martin Seligman e é muitas vezes identificado como o projeto VIA – *Values in Action* (Valores em Ação), nomeado a partir da organização sem fins lucrativos que patrocinou o trabalho inicial – Instituto VIA. O projeto VIA levou à identificação de seis virtudes universais e a centenas de traços positivos derivados dessas virtudes. Esses traços foram rigorosamente analisados e discutidos até se chegar a um número restrito de forças de caráter, passíveis de serem mensuradas e suficientemente distintas entre si (Dahlsgaard et al., 2005; Keyes et al., 2012).

A classificação VIA identifica a existência de 24 forças de caráter, distribuídas em seis virtudes universais: sabedoria, coragem, humanidade, justiça, moderação e transcendência (Figura 1). A sabedoria é composta de forças cognitivas que envolvem a aquisição, interpretação e uso de conhecimento — criatividade, curiosidade, amor ao aprendizado, mente aberta e perspectiva. A coragem, de forças emocionais que envolvem o exercício da vontade para realizar objetivos em face à desafios externos ou internos — bravura, honestidade, perseverança e vitalidade. A humanidade, de forças interpessoais relativas à criação de laços com os outros — bondade, amor e inteligência social. A justiça, de forças cívicas que fundamentam uma vida saudável em comunidade — justiça ou imparcialidade, liderança e trabalho em equipe. A moderação, de forças reguladoras que protegem contra o excesso — perdão, humildade, prudência e autocontrole. E a transcendência, de forças que forjam conexões com o universo maior e trazem significado para a vida do indivíduo — apreciação da beleza e excelência, gratidão, esperança, humor e espiritualidade (Peterson e Seligman, 2004).

Figura 1 - Virtudes e forças de caráter

SABEDORIA	HUMANIDADE	JUSTIÇA	MODERAÇÃO	CORAGEM	TRANSCENDÊNCIA
Criatividade	Bondade	Imparcialidade	Perdão	Bravura	Apreciação beleza/excelência
Curiosidade	Amor	Liderança	Humildade	Honestidade	Gratidão
Amor ao aprendizado	Inteligência social	Trabalho em equipe	Prudência	Perseverança	Esperança
Mente aberta			Autorregulação	Vitalidade	Humor
Perspectiva					Espiritualidade

Fonte: Peterson & Seligman, 2004.

As forças de caráter são características individuais positivas valorizadas por todas as sociedades, que contribuem para o desenvolvimento e realização pessoal do indivíduo, além de beneficiar as demais pessoas ao seu redor. Expressas em sentimentos, pensamentos e comportamentos, referem-se aos mecanismos psicológicos que definem as virtudes. São mensuráveis e maleáveis, o que significa que podem ser estimuladas e se manifestar em diferentes graus ao longo da vida do indivíduo. As pessoas em geral possuem entre três e sete forças pessoais, que são as que se manifestam em maior grau e com as quais o indivíduo mais se identifica. Dessa forma, como as forças são características maleáveis, o conjunto de forças pessoais de cada um tende a mudar ao longo do tempo, conforme o momento de vida e o contexto em que a pessoa está inserida (Peterson e Seligman, 2004).

As forças de caráter são características que permitem aos indivíduos prosperar em diversos setores da vida, incluindo o trabalho. Green et al. (2017) afirmam que as pessoas otimizam suas experiências no trabalho quando usam suas forças de caráter, pois estas contribuem para o seu funcionamento ótimo. Quando se trabalha com base nas forças de caráter, experiencia-se mais afetos positivos, e os objetivos tornam-se mais fáceis de atingir (Green et al., 2017; Littman-Ovadia et al., 2014). O seu uso está associado a atribuição de sentido e maior engajamento e satisfação no próprio trabalho (Harzer & Ruch, 2013; Park et al., 2004; Littman-Ovadia & Steger, 2010). Em geral, a criatividade é concebida como uma força importante no trabalho, na medida em que resolve problemas de forma inovadora e auxilia na adaptação do trabalhador aos desafios do ofício (Carlomagno et al., 2014; Moraes & Lima, 2009).

## CRIATIVIDADE

Na psicologia positiva, a criatividade é compreendida como uma força de caráter pertencente à virtude da sabedoria, que consiste em características positivas relacionadas à aquisição, interpretação e uso de conhecimento. A criatividade engloba dois componentes: (1) a pessoa criativa deve produzir ideias e comportamentos originais, e (2) essas ideias e comportamentos precisam ser adaptativos, ou seja, devem contribuir positivamente para a vida do próprio indivíduo e das outras pessoas (Peterson & Seligman, 2004). Entre as forças de caráter, a criatividade é uma qualidade frequentemente associada ao designer e ao processo de design, e se refere à capacidade de resolução de problemas (Florida, 2011; Alhajri, 2017). Segundo Maiden (2015) o design é o processo que liga a criatividade, e o papel do designer é utilizar a criatividade para criar produtos adequados e atrativos para os usuários.

Diversos autores definem a criatividade como a produção de ideias novas e apropriadas em algum domínio da atividade humana, que ocorre quando há uma combinação de fatores relevantes do indivíduo e de fatores ambientais (Amabile, 1983; Csikszentmihalyi, 1999; Lubart, 2007). Segundo Amabile (1983), a capacidade de quebrar com concepções pré-estabelecidas e de manter a mente aberta são habilidades relevantes para a criatividade. Estas capacidades, por sua vez, dependem de características da personalidade como perseverança diante da frustração, inconformidade, abertura a novas experiências e disponibilidade a correr riscos. A autora dá especial importância à perseverança, pois no trabalho criativo enfrenta-se frequentemente obstáculos relativos à solução de problemas (Amabile, 1997).

O Modelo Componencial da Criatividade (Figura 2), proposto por Amabile (1983, 1996, 2013), é constituído de três componentes relacionados ao indivíduo: expertise, competências criativas e motivação. A expertise, também chamada de habilidades de domínio, refere-se ao conhecimento específico e às habilidades técnicas em um determinado campo. As competências criativas dizem respeito a traços de personalidade, como o entusiasmo e persistência perante as dificuldades, e a processos cognitivos, como a capacidade de compreender complexidades e de produzir alternativas de resposta diversas para um problema. A motivação está relacionada ao nível de interesse do indivíduo a realizar uma tarefa e é considerada pela autora o componente mais importante do modelo, podendo, inclusive, compensar deficiências nos outros dois. Estes componentes interagem entre si e cada um deles é influenciado pelo ambiente social, que atua como o quarto componente do modelo.



## Figura 2 - Modelo Componencial da Criatividade

Fonte: Amabile, 1983

No trabalho, a criatividade é estimulada quando há altas demandas e altos níveis de autonomia e habilidade para completar as tarefas. Trabalhos que promovem a autonomia e apresentam complexidade contribuem para a experienciam de emoções positivas, que são facilitadoras da solução criativa de problemas (Ohly, 2018). Emoções positivas no trabalho ampliam a atenção e a flexibilidade cognitiva, o que contribui para uma maior variedade de associações cognitivas, que, por sua vez, são um processo mediador importante para a criatividade. Da mesma forma, atos criativos, como gerar ideias novas ou resolver problemas complexos, evocam emoções positivas, criando-se um ciclo de criatividade (Amabile et al., 2005).

Há também estudos que investigam como a criatividade pode evocar ou ser evocada por experiências positivas no trabalho, como a experiência de *flow*. O *flow* é um estado de absorção e alta concentração que pode ser experienciado durante atividades criativas (Byrne et al., 2003; Cseh et al., 2015; Csikszentmihalyi, 1996). Mihaly Csikszentmihalyi, psicólogo que desenvolveu a teoria do *flow*, percebeu a existência desse estado ao observar artistas pintando, quando realizava seu doutorado sobre a criatividade nas artes, na década de 1960. Assim, a pesquisa e teoria de *flow* surgiu a partir do estudo da criatividade, tendo sua origem na busca do autor em compreender o fenômeno de alta concentração e motivação intrínseca identificado no processo criativo (Nakamura & Csikszentmihalyi, 2009; Csikszentmihalyi, 2008).

### O ESTADO DE *FLOW*

O *flow* é um estado de total envolvimento em uma atividade desafiadora, em que o indivíduo é capaz de lidar com todas as demandas para ação, pois os objetivos são claros e as habilidades estão em equilíbrio com os desafios. A natureza da experiência de *flow* é autotélica, o que significa que a atividade exercida é intrinsecamente motivadora e o foco de interesse está no processo em vez do resultado (Csikszentmihalyi, 1975). Segundo Csikszentmihalyi (2008), o estado de *flow* é composto por nove dimensões: (1) objetivos claros, (2) feedback imediato, (3) equilíbrio entre desafios e habilidades, (4) fusão entre atenção e ação, (5) ausência de distrações, (6) sensação de controle, (7) ausência de insegurança, (8) perda da noção do tempo e (9) motivação intrínseca.

Nem todas as nove dimensões precisam estar presentes para que o *flow* ocorra, pois elas variam entre cada indivíduo e atividade. Essas nove dimensões podem ser divididas em antecedentes (equilíbrio entre desafios e habilidades, objetivos claros e feedback claro) e facetas do *flow*. Ou seja, quando os objetivos e o *feedback* são claros e há equilíbrio entre desafios e habilidades, o indivíduo está pronto para experienciar o *flow* (Ribera & Ceja, 2017). Ao entrar em *flow*, ele experiencia um estado de intensa concentração na atividade e sensação de controle, não havendo tensão, medo, distrações e, frequentemente, noção da passagem do tempo. Todos esses elementos, por sua vez, ocorrem a partir de um profundo interesse pela atividade em si (Csikszentmihalyi, 2008).

O *flow* prediz experiências de emoções positivas e engloba oportunidades de autodesenvolvimento, assim como construção de significado. Este estado ocorre com frequência durante atividades laborais e há diversos estudos que investigam os seus benefícios na performance e bem-estar (Bryce & Haworth, 2002; Burke et al., 2016; Ilies et al., 2017; Salanova et al., 2006). O *flow* no trabalho pode ser definido como uma breve experiência de pico caracterizada por absorção, prazer no trabalho e motivação intrínseca (Bakker, 2005), e ocorre quando as demandas estão em equilíbrio com as habilidades profissionais do indivíduo (Bakker, 2008).

Trabalhadores com papéis bem definidos e alinhados às suas habilidades apresentam maior facilidade para entrar em *flow* (Farina et al., 2019). Também, oportunidades para o crescimento pessoal e autonomia estão positivamente associados ao *flow* no trabalho. Portanto, profissionais que sentem que podem aprender com o seu trabalho e tem liberdade para decidir quando e como trabalhar experienciam mais felicidade e se sentem mais motivados e absorvidos no trabalho (Rothmann, 2014). Ao desfrutar do trabalho, as pessoas também são mais produtivas, pois se sentem ao mesmo tempo mais potentes e relaxadas (Csikszentmihalyi, 1988a; Csikszentmihalyi & LeFevre, 1989).

Diversos autores associam o uso de forças à experiência de *flow* (Duckworth et al., 2005; Ribera & Ceja, 2017; Seligman, 2002), mas por enquanto não há dados empíricos suficientes que comprovem essa relação. O estudo que investigou, até o momento, a relação entre o *flow* e as vinte e quatro forças, foi o de Wagner et al. (2020), no qual encontraram correlação com as forças da criatividade, mente aberta, amor pelo aprendizado, perseverança, vitalidade, autorregulação e esperança em estudantes durante experiências de aprendizado. Em outro estudo, o *flow* emergiu como uma variável mediadora entre a curiosidade e a criatividade: altos níveis de curiosidade estavam associados a maior *flow*, enquanto maior *flow* estava associado a maiores níveis de criatividade (Schutte & Malouff, 2020).

A correlação entre *flow* e criatividade é ainda demonstrada em outros estudos empíricos. Ao se investigar os níveis de criatividade e de *flow* em compositores, encontrou-se uma relação significativa entre as variáveis, indicando que os participantes que produziram as peças de música mais criativas também foram os que apresentaram maiores níveis de *flow* (Byrne et al., 2003). O *flow* também apresentou correlação com a criatividade autorreferida em participantes que executaram uma atividade de síntese mental criativa (Cseh et al., 2015).

Não há estudos no momento sobre as forças de caráter ou o estado de *flow* na população de designers. No presente estudo, busca-se investigar a manifestação desses construtos nesses profissionais, apresentados a seguir.

## O DESIGNER

Em inglês, o termo “design” pode significar tanto um substantivo quanto um verbo, referindo-se, como a um produto, projeto ou desenho e, em sua forma verbal, ao ato humano de projetar e criar (Love, 2002). Assim, o design compreende ao mesmo tempo o processo e o resultado do processo (Landim, 2010). O designer, por sua vez, é o profissional que trabalha com design e que desenvolve produtos que atendam às necessidades de um usuário final. Assim, design é o processo ou produto, e designer é o profissional.

Como design é um termo bastante amplo, ele também é aplicado a diversos setores, perpassando áreas como a engenharia, o planejamento de ambientes até a decoração de bolos. Dessa forma, muitos profissionais podem ser denominados designers, tornando importante um breve esclarecimento das atuações referidas no presente estudo: designers industriais, designers gráficos e designers de experiência do usuário (UX).

### *Áreas do design*

Segundo Latour (2014), o designer industrial busca sempre solucionar um problema, que pode ser criar algo novo ou *reprojetar* um produto para servir a propósitos comerciais, tornando-o mais confortável, barato, bonito, intuitivo, sustentável. O design industrial ainda é compreendido como o processo de tornar um produto mais agradável esteticamente, mas ele se refere aos dois. No exemplo de uma cadeira, esta precisa ser projetada de acordo com princípios de ergonomia, e suas dimensões e material devem ser testados para sustentar o peso de uma pessoa adulta. O material é escolhido não só a partir de aspectos estéticos ou orçamentais, mas também considerando o ambiente e usuário final. Uma cadeira para um



restaurante ao ar livre, por exemplo, terá diferenças fundamentais em relação a uma cadeira para escritório (Figura 3).

*Figura 3 - Protótipos de cadeiras*



Fonte: [www.shutterstock.com](http://www.shutterstock.com)

Já o campo design gráfico envolve a manipulação de imagens, textos e cores a fim de comunicar uma mensagem visualmente. Assim, designers gráficos trabalham com o uso de símbolos e tipografia em superfícies e interfaces e são responsáveis pela apresentação adequada de informações (Alhajri, 2017). Designers gráficos que criam um projeto de sinalização para um aeroporto, por exemplo, precisam saber como usar ícones, tipografia e cores para passar a mensagem efetivamente aos diversos passageiros que precisam se localizar (Figura 4).



*Figura 4 - Aeroporto Internacional de Schiphol em Amsterdam*

Fonte: <http://benjaminontwerpt.nl/Schiphol.html>

Com o advento das tecnologias digitais, os designers passaram a trabalhar também com serviços, sistemas e experiências. Como salientado por Ramoglu e Coskun (2017), muitas empresas do século XXI não oferecem produtos físicos, mas serviços e experiências por meio de aplicativos e sites. Esses produtos digitais, por sua vez, requerem o trabalho de designers para uma melhor experiência do usuário e isso tem originado novos títulos na última década, como UX designer ou designers de experiência. Designers de experiência, basicamente, são profissionais que estudam e customizam a interação entre as pessoas e as interfaces digitais (Figura 5). Ainda, o design de experiência é bastante vinculado ao gráfico, sendo os mesmos profissionais responsáveis tanto pela pesquisa e planejamento quanto pela manipulação e criação de elementos visuais.

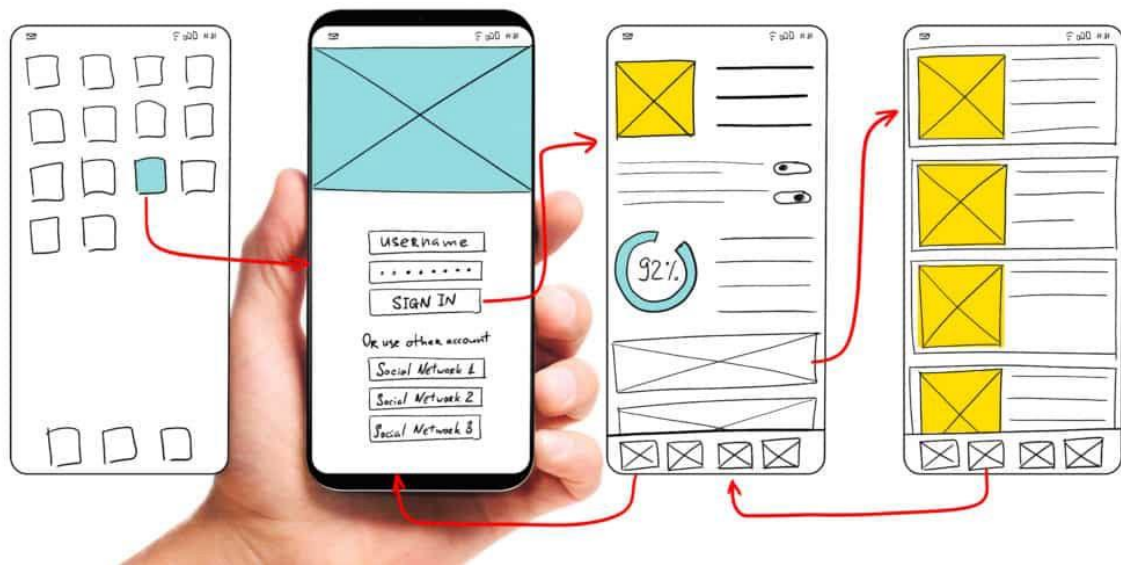


Figura 5 - Design de experiência do usuário (UX Design)

Fonte: <https://uxplanet.org/what-is-ux-design-bb02fc45aba5>

## O PRESENTE ESTUDO

Este estudo tem como objetivo compreender os designers a partir dos construtos positivos aqui abordados — forças de caráter, criatividade e *flow* —, bem como a relação destes construtos entre si, por meio de instrumentos psicométricos.

### *Justificativa*

O trabalho é uma área substancial da vida das pessoas, possibilitando diversas oportunidades para realização do potencial de cada indivíduo e encontro de sentido na vida (Littman-Ovadia & Lavy, 2015; Ribera & Ceja, 2017). Estudos mostram que o *flow* e o uso das forças de caráter têm correlação com afetos positivos, que, por sua vez, aumentam o engajamento, propósito, satisfação no trabalho e produtividade (Farina et al., 2019; Littman-Ovadia et al., 2016). O *flow*, em específico, também apresenta correlação positiva com bem-estar psicológico (Bryce & Haworth, 2002) e atua como um fator protetivo para a sobrecarga de trabalho, diminuindo os impactos negativos provenientes de altas demandas (Demerouti et al., 2012).

Um dos propósitos desse estudo empírico é contribuir para o meio do design a partir da compreensão das características positivas que podem tornar o trabalho mais gratificante. Seligman e Peterson (2004) apontam que o descobrimento e uso das nossas forças pessoais nos empolga e traz um senso de autenticidade e identificação. Assim, busca-se descobrir as forças de caráter que os designers mais manifestam

para que estes profissionais possam identificar as características que têm em comum enquanto grupo. Essa identificação de forças também busca contribuir para uma melhor compreensão dos designers pelas pessoas em geral.

O segundo propósito é compreender a relação entre os construtos. Como previamente mencionado, afirma-se que as forças de caráter podem levar ao estado de *flow* (Ribera & Ceja, 2017; Seligman, 2002). Neste estudo empírico, investiga-se se há alguma relação entre as forças de caráter e o *flow*. A relação entre a criatividade e as outras forças de caráter também é testada, buscando-se compreender quais forças estão mais vinculadas à criatividade. Nestas análises, embora seja a partir de dados de uma amostra de designers, pode-se colaborar para o entendimento das relações entre forças de caráter, criatividade e *flow* em geral.

#### *Descrição do estudo empírico*

Foi realizada uma pesquisa transversal quantitativa com delineamento não-experimental para investigar as forças de caráter, a criatividade e o *flow* no trabalho dos designers. Os designers foram convidados por meio de redes sociais a participar da pesquisa e responderam a um formulário com um questionário sociodemográfico e instrumentos para medir as forças de caráter e o *flow*. Posteriormente, esses dados foram analisados a partir de testes estatísticos de correlação e diferenças entre grupos. Os principais resultados e conclusões são apresentados no artigo a seguir.

### **3 ARTIGO CIENTÍFICO**

O manuscrito deste artigo foi submetido a uma revista científica e aguarda aprovação.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No estudo aqui apresentado, investigou-se o nível médio das forças de caráter nos designers e a relação de cada uma com a criatividade e o *flow*. Descobriu-se que a criatividade não figura entre as características positivas mais relevantes nesses profissionais, mas que há, por outro lado, a presença de outras forças da virtude da sabedoria. As maiores pontuações segundo a Escala de Forças de Caráter – EFC foram a apreciação da beleza e excelência, a curiosidade, a mente aberta, a justiça, a bondade, a prudência e o amor ao aprendizado. A força na qual os designers mais pontuaram, a apreciação da beleza e excelência, é definida por Peterson e Seligman (2004) como a habilidade de reconhecer e admirar a beleza e o desempenho excepcional em diversos segmentos da vida. A alta pontuação nessa força pode indicar uma característica comum entre os designers de reparar na harmonia das coisas e buscar a excelência no que observam e criam.

Ao analisar as forças de caráter em relação à criatividade, encontrou-se uma correlação positiva entre ela e todas as forças. As que apresentaram maior correlação com a criatividade foram o humor, a curiosidade, a mente aberta, o amor pelo aprendizado e a perseverança. Diferente do esperado a partir da revisão de literatura, o humor foi a força que apresentou maior correlação com a criatividade. Ao buscar artigos sobre os dois construtos, encontrou-se estudos recentes que comprovam a sua relação (Chen et al., 2019; Perchtold-Stefanallon et al., 2020). Segundo Lu et al. (2019), tanto a criatividade quanto o humor requerem flexibilidade cognitiva e são violações apropriadas das normas. Quanto às forças seguintes com maior pontuação, é possível encontrar indicações de sua relação com a criatividade em diversos textos teóricos (Amabile, 2013; Boden, 2003; Csikszentmihalyi, 1996), havendo comprovação empírica para a relação entre curiosidade e criatividade (Schutte & Malouff, 2020) e entre perseverança e criatividade (Grohman et al., 2017). Em um dos estudos conduzidos por Grohman et al. (2017), por exemplo, a persistência identificada por professores e a abertura à experiência (traço de personalidade que tem a curiosidade como um dos domínios) predisseram a criatividade em estudantes.

Apesar de as forças de caráter e o *flow* serem estudados na população de designers, esse estudo traz uma importante contribuição sobre a relação entre as variáveis, indicando relações positivas moderadas entre cada uma das 24 forças e o *flow*. Isso pode indicar que o uso das forças de caráter facilite a experiência de *flow* ou que as forças sejam estimuladas em decorrência dele. Sugere-se pesquisas com diferentes delineamentos para verificar o quanto o uso das forças de caráter pode ser efetiva para a experiência de *flow* ou qual a direção dessa correlação. Por exemplo,

pesquisas com métodos qualitativos ou mistos e em populações mais heterogêneas. Pode ser interessante, também, investigar o *flow* como mediador entre as forças de caráter e outros construtos, como o bem-estar subjetivo e a satisfação com o trabalho.

Littman-Ovadia e Lavy (2016) ressaltam a importância do uso das forças para maior satisfação e engajamento no trabalho. Além disso, Ribera e Ceja (2017) sugerem o redesenho do trabalho a fim de usar as forças em frente a desafios e experienciar o *flow* com mais frequência. Nesse sentido, os resultados desse estudo indicam possibilidades de intervenção com designers para investigar o uso de forças e as experiências de *flow* em suas atividades laborais a fim de melhor compreender a sua relação e guiar estratégias de redesenho de trabalho para essa população. A partir do redesenho de trabalho para o uso de forças e a experiência de *flow*, pode-se traçar um caminho para os designers florescerem como indivíduos e profissionais.

## REFERÊNCIAS

- Alhajri, S. A. (2017). Investigating creativity in graphic design education from psychological perspectives. *Journal of Arts and Humanities*, 6(1), 69–86.
- Amabile, T. M. (1983). The social psychology of creativity: A componential conceptualization. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(2), 357–376. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.45.2.357>
- Amabile, T. M. (1988). A model of creativity and innovation in organizations. *Research in Organizational Behavior*, 10, 123–167.
- Amabile, T. M. (1997). Motivating creativity in organizations: On doing what you love and loving what you do. *California Management Review*, 40(1), 39–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/41165921>
- Amabile, T. M. (2013). Componential theory of creativity. In E. H. Kessler (Ed.), *Encyclopedia of Management Theory*. Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781452276090.n50>
- Amabile, T. M., Barsade, S. G., Mueller, J. S., & Staw, B. M. (2005). Affect and creativity at work. *Administrative Science Quarterly*, 50(3), 367–403. <https://doi.org/10.2189/asqu.2005.50.3.367>
- Bakker, A. B. (2005). Flow among music teachers and their students: The crossover of peak experiences. *Journal of Vocational Behavior*, 66(1), 26–44. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2003.11.001>
- Bakker, A. B. (2008). The work-related flow inventory: Construction and initial validation of the WOLF. *Journal of Vocational Behavior*, 72(3), 400–414. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2007.11.007>
- Bedin, L. M., & Zamarchi, M. (2019). Florescimento no trabalho: Revisão integrativa da literatura. *Revista Psicologia: Organizações e Trabalho*, 19(1), 549–554. <https://doi.org/10.17652/rpot/2019.1.15093>
- Boden, M. A. (2003). *The creative mind: Myths and mechanisms* (2nd ed.). Routledge.
- Bryce, J., & Haworth, J. (2002). Wellbeing and flow in sample of male and female office workers. *Leisure Studies*, 21(3–4), 249–263. <https://doi.org/10.1080/0261436021000030687>
- Burke, R., Koyuncu, M., & Fiksenbaum, L. (2016). Flow, work satisfactions and psychological well-being among nurses in turkish hospitals. *Archives of Nursing Practice and Care*, 2(1), 010–017. <https://doi.org/10.17352/2581-4265.000007>
- Byrne, C., MacDonald, R., & Carlton, L. (2003). Assessing creativity in musical compositions: Flow as an assessment tool. *British Journal of Music Education*, 20(3), 277–290. <https://doi.org/10.1017/s0265051703005448>



- Carlomagno, L. L. L., Natividade, J. C., De Oliveira, M. Z., & Hutz, C. S. (2014). Relações entre Criatividade, Esperança, Otimismo e Desempenho Profissional. *Temas Em Psicologia*, 22(2), 497–508. <https://doi.org/10.9788/TP2014.2-18>
- Chen, C.-H., Chen, H.-C., & Roberts, A. M. (2019). Why humor enhances creativity from theoretical explanations to an empirical humor training program: Effective “ha-ha” helps people to “a-ha”. In S. R. Luria, J. Baer, & J. C. Kaufman (Eds.), *Creativity and Humor* (pp. 83–108). Elsevier Academic Press. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/B978-0-12-813802-1.00004-1>
- Cseh, G. M., Phillips, L. H., & Pearson, D. G. (2015). Flow, affect and visual creativity. *Cognition and Emotion*, 29(2), 281–291. <https://doi.org/10.1080/02699931.2014.913553>
- Csikszentmihalyi, M. (1975). Play and intrinsic rewards. *Journal of Humanistic Psychology*, 15(3), 41–63. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/002216787501500306>
- Csikszentmihalyi, M. (1988a). Introduction. In Mihaly Csikszentmihalyi & I. Csikszentmihalyi (Eds.), *Optimal experience: Psychological studies of flow in consciousness* (pp. 3–14). Cambridge University Press.
- Csikszentmihalyi, M. (1988b). Motivation and creativity: Towards a synthesis of structural and energistic approaches to cognition. *New Ideas in Psychology*, 6(2), 155–173. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0732-118X\(88\)90001-3](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0732-118X(88)90001-3)
- Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity: Flow and the psychology of discovery and invention*. HarperCollins Publishers.
- Csikszentmihalyi, M. (1999). Implications of a systems perspective for the study of creativity. In R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of creativity* (pp. 313–335). Cambridge University Press.
- Csikszentmihalyi, M. (2008). *Flow: The psychology of optimal experience*. Harper Perennial.
- Csikszentmihalyi, M., & LeFevre, J. (1989). Optimal experience in work and leisure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(5), 815–822. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.56.5.815>
- Dahlsgaard, K., Peterson, C., & Seligman, M. E. P. (2005). Shared virtue: The convergence of valued human strengths across culture and history. *Review of General Psychology*, 9(3), 203–213. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.9.3.203>
- Demerouti, E., Bakker, A. B., Sonnentag, S., & Fullagar, C. J. (2012). Work-related flow and energy at work and at home: A study on the role of daily recovery. *Journal of Organizational Behavior*, 33, 276–295. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/job.760>

- Dhiman, S. (2017). Creativity and flow: The art of mindful creativity. In *Holistic leadership: A new paradigm for today's leaders*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-55571-7>
- Diener, E., & Chan, M. Y. (2011). Happy people live longer: Subjective well-being contributes to health and longevity. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 3(1), 1–43. <https://doi.org/10.1111/j.1758-0854.2010.01045.x>
- Duckworth, A. L., Steen, T. A., & Seligman, M. E. P. (2005). Positive psychology in clinical practice. In *Annual Review of Clinical Psychology* (Vol. 1, pp. 629–651). <https://doi.org/10.1146/annurev.clinpsy.1.102803.144154>
- Farina, L. S. A., Rodrigues, G. D. R., Fagundes, N. K., Carafini, T. C., Moreira, L. G. C. S., Machado, W. D. L., & Hutz, C. S. (2019). Flow e engajamento no trabalho: Associações com recursos individuais e contexto laboral. *Revista Avaliação Psicológica*, 18(04), 362–371. <https://doi.org/10.15689/ap.2019.1804.18813.04>
- Green, S., Evans, O., & Williams, B. (2017). Positive psychology at work: Research and practice. In C. Proctor (Ed.), *Positive Psychology Interventions in Practice* (pp. 185–206). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-51787-2>
- Grohman, M. G., Ivcevic, Z., Silvia, P., & Kaufman, S. B. (2017). The role of passion and persistence in creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 11(4), 376–385. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/aca0000121>
- Harzer, C., & Ruch, W. (2013). The application of signature character strengths and positive experiences at work. *Journal of Happiness Studies*, 14(3), 965–983. <https://doi.org/10.1007/s10902-012-9364-0>
- Ilies, R., Wagner, D., Wilson, K., Ceja, L., Johnson, M., DeRue, S., & Ilgen, D. (2017). Flow at work and basic psychological needs: Effects on well-being. *Applied Psychology*, 66(1), 3–24. <https://doi.org/10.1111/apps.12075>
- Keyes, C. L. M., Fredrickson, B. L., & Park, N. (2012). Positive psychology and the quality of life. In K. C. Land, A. C. Michalos, & M. J. Sirgy (Eds.), *Handbook of Social Indicators and Quality of Life Research* (Issue November, pp. 99–112). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-94-007-2421-1>
- Landim, P. C. (2010). *Design, empresa e sociedade*. Editora UNESP.
- Latour, B. (2014). Um Prometeu cauteloso? Alguns passos rumo a uma filosofia do design (com especial atenção a Peter Sloterdijk). *Agitprop: Revista Brasileira de Design*, 6(58), 1–21.
- Littman-Ovadia, H., & Lavy, S. (2015). Going the extra mile: Perseverance as a key character strength at work. *Journal of Career Assessment*, 24(2), 240–252. <https://doi.org/10.1177/1069072715580322>

- Littman-Ovadia, H., Lavy, S., & Boiman-Meshita, M. (2016). When theory and research collide: Examining correlates of signature strengths use at work. *Journal of Happiness Studies*, 18(2), 527–548. <https://doi.org/10.1007/s10902-016-9739-8>
- Love, T. (2002). Constructing a coherent cross-disciplinary body of theory about designing and designs: Some philosophical issues. *Design Studies*, 23(3), 345–361. [https://doi.org/10.1016/S0142-694X\(01\)00043-6](https://doi.org/10.1016/S0142-694X(01)00043-6)
- Lu, J. G., Martin, A. E., & Galinsky, A. D. (2019). Across cultures: Where aha meets haha. In *Creativity and Humor* (pp. 183–204). <http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-813802-1.00009-0>
- Lubart, T. (2007). *Psicologia da criatividade*. Artmed.
- Maiden, N. (2015). From creativity to innovation: The importance of design. In *Enterprise Innovation* (pp. 7–20). <https://doi.org/10.1002/9781119145622.ch2>
- Moraes, M. M., & Lima, S. M. V. (2009). Estratégias para criar no trabalho: proposição teórica e validação. *Paidéia (Ribeirão Preto)*, 19(44), 367–377.
- Ohly, S. (2018). Promoting creativity at work: Implications for scientific creativity. *European Review*, 26(S1), S91–S99. <https://doi.org/10.1017/S1062798717000576>
- Park, N., Peterson, C., & Seligman, M. E. P. (2004). Strengths of character and well-being. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23(5), 603–619. <https://doi.org/10.1521/jscp.23.5.603.50748>
- Perchtold-Stefanallon, C. M., Papouseka, I., Rominger, C., Schertler, M., Weiss, E. M., & Fink, A. (2020). Humor comprehension and creative cognition: Shared and distinct neurocognitive mechanisms as indicated by EEG alpha activity. *NeuroImage*, 213, 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.neuroimage.2020.116695>
- Peterson, C., & Seligman, M. E. P. (2004). *Character strengths and virtues: A handbook and classification*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1176/appi.ajp.162.4.820-a>
- Ramoglu, M., & Coskun, A. (2017). Scientific craftsmanship: The changing role of product designers in the digital era. *Design Journal*, 20(sup1), S4497–S4508. <https://doi.org/10.1080/14606925.2017.1352946>
- Ribera, A., & Ceja, L. (2017). Flow: Flourishing at work. In J. A. Mercado (Ed.), *Personal Flourishing in Organizations* (pp. 91–119). <https://doi.org/10.1007/978-3-319-57702-9>
- Rothmann, S. (2014). Flourishing in work and careers. In M. Coetzee (Ed.), *Psychosocial Career Meta-Capacities* (pp. 203–220). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-00645-1>
- Salanova, M., Bakker, A. B., & Llorens, S. (2006). Flow at work: Evidence for an

- upward spiral of personal and organizational resources. *Journal of Happiness Studies*, 7(1), 1–22. <https://doi.org/10.1007/s10902-005-8854-8>
- Schutte, N. S., & Malouff, J. M. (2020). Connections between curiosity, flow and creativity. *Personality and Individual Differences*, 152, 1–3. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109555>
- Seligman, M. E., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology. An introduction. *The American Psychologist*, 55(1), 5–14. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.5>
- Seligman, M. E. P. (2002). *Authentic happiness: Using the new positive psychology to realize your potential for lasting fulfillment*. Free Press.
- Seligman, M. E. P. (2011). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. Free Press.
- Wagner, L., Holenstein, M., Wepf, H., & Ruch, W. (2020). Character strengths are related to students' achievement, flow experiences, and enjoyment in teacher-centered learning, individual, and group work beyond cognitive ability. *Frontiers in Psychology*, 11(July), 1–13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01324>

## ANEXO A

### CONVITE PARA A PESQUISA

Texto:

*Você já é formado e trabalha com design? Nos ajude respondendo essa pesquisa. Nós do Núcleo de Estudos em Psicologia da UFRGS estamos investigando quais as características pessoais importantes para os designers no trabalho, com a finalidade de contribuir para a formação e atuação na área.*



## **ANEXO B**

### **TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Programa de Pós-graduação em Psicologia

Esta pesquisa busca identificar as características positivas de designers e a sua motivação e capacidade de concentração durante o trabalho, com o intuito de trazer uma compreensão psicológica sobre a atuação do designer e contribuir para a sua prática. Você responderá virtualmente a um questionário sociodemográfico, seguido de duas escalas acerca de sua personalidade e da sua experiência no trabalho, o que durará cerca de 15 minutos. A participação nesta pesquisa é voluntária, e as suas respostas e identidade serão mantidas em sigilo. No início do questionário, você poderá assinalar se deseja ser informado(a) dos resultados da pesquisa logo que esta estiver concluída.

Estamos cientes de que toda pesquisa com seres humanos envolve algum tipo de risco para o participante. Você poderá sentir desconforto em alguma das questões e tem o direito de não as responder, assim como de desistir da pesquisa a qualquer momento. Caso sinta algum incômodo durante a realização da pesquisa, você poderá contatar as pesquisadoras responsáveis, que tomarão as medidas protetivas necessárias para a sua situação, podendo encaminhá-lo para um serviço psicológico especializado.

Você receberá por e-mail uma via desse termo e, caso sinta que foi prejudicado(a) de alguma forma, terá direito à indenização, segundo os artigos 927 a 954 da Lei 10.406/2002, a Resolução CSN nº 466/12 e a Resolução CNS nº 510/16. Os dados coletados serão armazenados em um banco de dados no Núcleo de Estudos em Psicologia Positiva (NEPP), localizado no Instituto de Psicologia da UFRGS, e mantidos sob guarda da pesquisadora responsável por um período máximo de cinco anos após o término da pesquisa. Destacamos, entretanto, que, em função das tecnologias utilizadas, existem limitações dos pesquisadores para assegurar total confidencialidade.

Pelo presente consentimento, você declara que foi informado(a), de forma clara e detalhada, dos objetivos e dos procedimentos de coleta dos dados, bem como dos seus direitos durante a participação nesta pesquisa. Você receberá resposta a qualquer dúvida sobre os procedimentos e outros assuntos relacionados com esta pesquisa. Esses esclarecimentos podem ser obtidos com a equipe de pesquisa ou

com o Comitê de Ética do Instituto de Psicologia pelo fone (51) 3308-5698. Por se tratar de um estudo que utiliza plataformas online, sugerimos que você imprima ou salve esse termo como forma de manter consigo uma via do documento.

As pesquisadoras responsáveis por este projeto são a Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Claudia Giacomoni, que poderá ser contatada pelo e-mail [giacomonich@gmail.com](mailto:giacomonich@gmail.com), e a mestranda Jéssica Beck, que poderá ser contatada pelo e-mail [jessicadrbeck@gmail.com](mailto:jessicadrbeck@gmail.com). Endereço para contato: R. Ramiro Barcelos, 2600, bairro Santa Cecília, Porto Alegre.

## ANEXO C

INSTITUTO DE PSICOLOGIA  
DA UNIVERSIDADE FEDERAL  
DO RIO GRANDE DO SUL -



### PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

#### DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

**Título da Pesquisa:** Forças de caráter, criatividade e flow em designers

**Pesquisador:** Claudia Hofneinz Giacomoni

**Área Temática:**

**Versão:** 2

**CAAE:** 50684621.9.0000.5334

**Instituição Proponente:** Instituto de Psicologia - UFRGS

**Patrocinador Principal:** Financiamento Próprio

#### DADOS DO PARECER

**Número do Parecer:** 5.104.783

#### Apresentação do Projeto:

As forças de caráter são características positivas que todas as pessoas têm e podem desenvolver ao longo da vida. Entre as forças de caráter, a criatividade é muito valorizada no mundo do trabalho e frequentemente associada ao design. O flow é um estado mental de total envolvimento em uma atividade e apresenta em diversos estudos relação com a criatividade. Esse projeto busca entender as forças de caráter mais comuns em designers, o seu nível de criatividade e a frequência com que eles experienciam o flow, além buscar correlações entre estas variáveis.

#### Objetivo da Pesquisa:

Investigar as forças de caráter, a criatividade e o flow no profissional de design e no seu trabalho.

#### Avaliação dos Riscos e Benefícios:

**Riscos:**

O risco dessa pesquisa é mínimo, podendo o participante sentir algum desconforto ao responder as escalas.

**Benefícios:**

Pesquisadora coloca que a compreensão da vivência das forças de caráter, da criatividade e do estado de flow em designers pode auxiliar esses profissionais a terem um processo de trabalho com menos desgaste psicológico, mais bem-estar e mais produtividade.

**Endereço:** Rua Ramiro Barcelos, 2600 Sala 116

**Bairro:** Santa Cecília

**CEP:** 90.035-003

**UF:** RS

**Município:** PORTO ALEGRE

**Telefone:** (51)3308-5698

**Fax:** (51)3308-5698

**E-mail:** cep-psico@ufrgs.br



Continuação do Parecer: 5.104.783

**Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:**

As pendências foram quase todas endereçadas adequadamente no projeto e no TCLE. Em relação aos riscos da pesquisa, as autoras informam no TCLE que: "Caso sinta algum incômodo durante a realização da pesquisa, você poderá contatar as pesquisadoras responsáveis, que tomarão as medidas protetivas necessárias para a sua situação, podendo encaminhá-lo para um serviço psicológico especializado.". Contudo, essa frase deve aparecer na descrição do projeto no quadro referente a riscos da Plataforma Brasil.

**Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:**

Termos adequados.

**Recomendações:**

1. Recomenda-se que as ações de acolhimento no caso de desconforto do participante sejam incluídas no campo referente a riscos na Plataforma Brasil. Ou seja, acrescentar a frase: "Caso sinta algum incômodo durante a realização da pesquisa, você poderá contatar as pesquisadoras responsáveis, que tomarão as medidas protetivas necessárias para a sua situação, podendo encaminhá-lo para um serviço psicológico especializado.".

2. Recomendamos a todos os pesquisadores que avaliem os seus projetos de pesquisa em andamento e considerem os impactos da COVID-19 na continuidade de sua realização. Esta recomendação se aplica a todos os projetos de pesquisa. Devem ser avaliadas as situações de interação pessoal em coletas de dados e outras situações decorrentes da realização dos estudos. Caso necessite de uma consultoria, o CEP do Instituto de Psicologia fica à disposição para discutir cada situação de forma pontual.

**Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:**

Projeto apto à execução.

**Considerações Finais a critério do CEP:**

Ressalta-se que cabe ao pesquisador responsável encaminhar os relatórios parciais e finais da pesquisa, por meio de Plataforma Brasil, via notificação do tipo "relatório", para que sejam devidamente apreciados no CEP, conforme norma operacional CNS 001/13.

**Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:**

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
----------------	---------	----------	-------	----------

**Endereço:** Rua Ramiro Barcelos, 2600 Sala 116  
**Bairro:** Santa Cecília **CEP:** 90.035-003  
**UF:** RS **Município:** PORTO ALEGRE  
**Telefone:** (51)3308-5698 **Fax:** (51)3308-5698 **E-mail:** cep-psico@ufrgs.br

INSTITUTO DE PSICOLOGIA  
DA UNIVERSIDADE FEDERAL  
DO RIO GRANDE DO SUL -



Continuação do Parecer: 5.104.783

Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1780303.pdf	28/09/2021 17:12:21		Aceito
Outros	CartaDeclaracao_Alteracoes.pdf	28/09/2021 17:11:48	Claudia Hofheinz Giacomoni	Aceito
Orçamento	Orcamento_Atualizado.pdf	28/09/2021 17:09:42	Claudia Hofheinz Giacomoni	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_Atualizado.pdf	28/09/2021 17:08:45	Claudia Hofheinz Giacomoni	Aceito
Cronograma	Cronograma_JessicaBeck_Atualizado.pdf	28/09/2021 17:08:27	Claudia Hofheinz Giacomoni	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_JessicaBeck_Atualizado.pdf	28/09/2021 17:07:57	Claudia Hofheinz Giacomoni	Aceito
Folha de Rosto	FolhaDeRostoClaudia.pdf	27/07/2021 13:42:14	Claudia Hofheinz Giacomoni	Aceito
Parecer Anterior	Parecer_ComissaodePesquisa.pdf	27/06/2021 15:36:21	Claudia Hofheinz Giacomoni	Aceito

**Situação do Parecer:**

Aprovado

**Necessita Apreciação da CONEP:**

Não

PORTO ALEGRE, 14 de Novembro de 2021

---

**Assinado por:**  
**Oriana Holsbach Hadler**  
**(Coordenador(a))**

**Endereço:** Rua Ramiro Barcelos, 2600 Sala 116  
**Bairro:** Santa Cecília **CEP:** 90.035-003  
**UF:** RS **Município:** PORTO ALEGRE  
**Telefone:** (51)3308-5698 **Fax:** (51)3308-5698 **E-mail:** cep-psico@ufrgs.br

## ANEXO D

### QUESTIONÁRIO SOCIODEMOGRÁFICO

1. Idade: \_\_\_\_\_
2. Cidade onde trabalha: \_\_\_\_\_
3. Gênero: ( ) Feminino ( ) Masculino ( ) Prefiro não informar ( ) Outro: \_\_\_\_\_
4. Modelo de trabalho: ( ) Freelancer/Autônomo ( ) Empregado ( ) Ambos
5. Área de formação:
6. Escolaridade:
  - ( ) Curso técnico completo
  - ( ) Graduação completa
  - ( ) Especialização incompleta
  - ( ) Especialização completa
  - ( ) Mestrado incompleto
  - ( ) Mestrado completo
  - ( ) Doutorado incompleto
  - ( ) Doutorado completo
7. Área de atuação:
  - ( ) Design Gráfico/Design Digital/UX
  - ( ) Design de Moda
  - ( ) Design de Produto/Industrial
  - ( ) Design de Interiores
  - ( ) Outra. Qual? \_\_\_\_\_
8. Tempo de atuação como designer: \_\_\_\_\_
9. Pense em momentos durante o seu trabalho em que você fica totalmente imerso em uma atividade prazerosa e desafiadora e não vê o tempo passar. Que momentos são esses? Marque uma ou mais alternativas a seguir:
  - ( ) Ao fazer sessões de *brainstorming* em grupo
  - ( ) Ao discutir projetos com outros colegas
  - ( ) Ao pesquisar referências/imagens
  - ( ) Ao estudar sobre assuntos que vão me ajudar no meu trabalho
  - ( ) Ao rascunhar ideias
  - ( ) Ao desenhar versões finais à mão ou no computador
  - ( ) Ao criar produtos com as mãos (marcenaria, costura, especificar abaixo)
  - \_\_\_\_\_
  - ( ) Outro: \_\_\_\_\_

10. Que características a seguir você julga mais importantes no trabalho do designer? Escolha 5.

Bravura

Persistência

Integridade

Entusiasmo

Amor

Bondade/Generosidade

Inteligência social

Criatividade

Curiosidade

Mente aberta

Amor pelo aprendizado

Perspectiva

Trabalho em equipe

Imparcialidade/Justiça

Liderança

Perdão

Humildade

Prudência

Autorregulação/Autocontrole

Gratidão

Humor

Apreciação da beleza e excelência

Esperança

Espiritualidade



### Instruções

Abaixo há uma lista de afirmações. Por favor, leia cada uma e decida o quanto cada item se assemelha a você e assinale um dos valores, de zero a quatro. Seja sincero(a) e **responda como “você é”** e não como “gostaria de ser” ou como “as pessoas acham que você é”. Não há respostas certas ou erradas. Não deixe nenhum item sem preencher.

	Nada a ver comigo	Um pouco a ver comigo	Mais ou menos a ver comigo	Muito a ver comigo	Tudo a ver comigo
34. Consigo criar um bom ambiente nos grupos que trabalho.	0	1	2	3	4
35. Enfrento perigos para fazer o bem.	0	1	2	3	4
36. Analiso o que as pessoas dizem antes de dar minha opinião.	0	1	2	3	4
37. Sou uma pessoa amorosa.	0	1	2	3	4
38. Mantenho a calma mesmo em situações difíceis.	0	1	2	3	4
39. Sei admirar a beleza que existe no mundo.	0	1	2	3	4
40. Não desisto antes de atingir as minhas metas.	0	1	2	3	4
41. Ajo de acordo com meus sentimentos.	0	1	2	3	4
42. Consigo fazer as pessoas sorrirem com facilidade.	0	1	2	3	4
43. Sinto um encantamento por pessoas talentosas.	0	1	2	3	4
44. Agradeço a cada dia pela vida.	0	1	2	3	4
45. Não perco as oportunidades que tenho para aprender coisas novas.	0	1	2	3	4
46. Sou uma pessoa que tem humildade.	0	1	2	3	4
47. Eu me esforço em tudo que faço.	0	1	2	3	4
48. Tenho ideias originais.	0	1	2	3	4
49. Sei que as coisas darão certo	0	1	2	3	4
50. Acho que é importante ajudar os outros.	0	1	2	3	4
51. Acreditar em um ser superior dá sentido à minha vida.	0	1	2	3	4
52. Persisto para conquistar o que desejo.	0	1	2	3	4
53. Eu me sinto cheio(a) de vida.	0	1	2	3	4
54. Penso que a vingança não vale a pena.	0	1	2	3	4
55. Sou uma pessoa bastante disciplinada.	0	1	2	3	4
56. Não ajo como se eu fosse melhor do que os outros.	0	1	2	3	4
57. Corro riscos para fazer o que tem que ser feito.	0	1	2	3	4
58. As regras devem ser cumpridas por todos.	0	1	2	3	4
59. Tenho muita facilidade para perceber os sentimentos das pessoas mesmo sem elas dizerem.	0	1	2	3	4
60. Sou uma pessoa cuidadosa.	0	1	2	3	4
61. Faço coisas concretas para tornar o mundo um lugar melhor para se viver.	0	1	2	3	4
62. Tenho facilidade para organizar trabalhos em grupos.	0	1	2	3	4
63. Consigo ajudar pessoas a se entenderem quando há uma discussão.	0	1	2	3	4
64. Tenho facilidade para fazer uma situação chata se tornar divertida.	0	1	2	3	4
65. Costumo tomar decisões quando estou ciente das consequências dos meus atos.	0	1	2	3	4
66. Dar é mais importante que receber.	0	1	2	3	4
67. Eu me sinto bem ao fazer a coisa certa mesmo que isso possa me prejudicar.	0	1	2	3	4
68. Sou uma pessoa justa.	0	1	2	3	4
69. Sempre quero descobrir como as coisas funcionam.	0	1	2	3	4
70. Tenho muitos amores.	0	1	2	3	4
71. Mantenho minha mente aberta.	0	1	2	3	4

## ANEXO F

### ESCALA DE FLOW NO TRABALHO

As afirmações abaixo se referem ao modo como você vivenciou seu trabalho durante as duas últimas semanas. Indique, por favor, com que frequência você vivenciou cada uma das afirmações.

(1) Nunca	(2) Quase nunca	(3) Às vezes	(4) Regularmente	(5) Frequentemente	(6) Muito Frequentemente	(7) Sempre
--------------	-----------------------	-----------------	---------------------	-----------------------	--------------------------------	---------------

A	1. Quando estou trabalhando, não penso em mais nada.	1	2	3	4	5	6	7
A	2. Eu me deixo levar pelo meu trabalho.	1	2	3	4	5	6	7
A	3. Quando estou trabalhando, esqueço de tudo ao meu redor.	1	2	3	4	5	6	7
A	4. Eu estou totalmente envolvido no meu trabalho.	1	2	3	4	5	6	7
P	5. Meu trabalho faz eu me sentir bem.	1	2	3	4	5	6	7
P	6. Eu faço meu trabalho com muito prazer.	1	2	3	4	5	6	7
P	7. Eu me sinto feliz durante o meu trabalho.	1	2	3	4	5	6	7
P	8. Eu me sinto alegre quando estou trabalhando.	1	2	3	4	5	6	7
MI	9. Eu continuaria nesse trabalho mesmo que eu recebesse um salário menor.	1	2	3	4	5	6	7
MI	10. Eu percebo que também quero trabalhar no meu tempo livre.	1	2	3	4	5	6	7
MI	11. Eu trabalho porque eu gosto.	1	2	3	4	5	6	7
MI	12. Quando estou trabalhando em alguma coisa, estou fazendo isso por mim mesmo(a).	1	2	3	4	5	6	7
MI	13. Eu me sinto motivado pelo trabalho por si só e não pelo do que recebo por ele.	1	2	3	4	5	6	7

A = Absorção; P = Prazer no Trabalho; MI = Motivação Intrínseca.