

**ESORG - Estudos organizacionais**

**ESPAÇOS CRIATIVOS COMO ESTRATÉGIA DE DESCOMPRESSÃO  
NO AMBIENTE DE TRABALHO**

## RESUMO

A necessidade de uso de espaços de descompressão nas empresas é o dilema a ser investigado neste estudo, que tem como objetivo entender qual é a percepção dos estudantes de Administração da FEI sobre a existência desses espaços como estratégia de descompressão frente ao estresse e às pressões de trabalho. Como referencial teórico, este estudo se alicerça em três concepções acadêmicas: (i) geração Y e suas características e preferências, representada pelos estudantes de Administração da FEI; (ii) inovação no trabalho e o uso de espaços criativos como estratégias motivacionais no ambiente de trabalho; e (iii) qualidade de vida, saúde e bem-estar no trabalho que promovem criatividade, produtividade e satisfação. Quanto à metodologia, esta pesquisa pode ser classificada como bibliográfica (com diferentes lentes teóricas), descritiva (percepção dos estudantes) e quantitativa-qualitativa (GONSALVES, 2007). Os dados foram coletados por meio de um questionário eletrônico baseado em três categorias: criatividade (forma de pensar de maneiras diferentes e criar soluções inovadoras), produtividade (maior potencial de suas habilidades profissionais para otimizar o trabalho); e satisfação (contentamento e/ou prazer advindos da realização do que se espera e do que se deseja em relação ao trabalho). Os resultados mostraram que este estudo pode beneficiar diversos públicos, dentre eles os estudantes de Administração da FEI, coordenadores e gestores, além de colaboradores de diferentes empresas.

**Palavras-chave:** Estudantes de Administração da FEI. Geração Y. Espaços Criativos. Inovação. Espaços de Descompressão no Trabalho

## ABSTRACT

The need to use decompression spaces in companies is the dilemma to be investigated in this study, which aims to understand the perception of FEI's Administration students about the existence of these spaces as a decompression strategy in the face of work stress and pressure. As a theoretical framework, this study is based on three academic conceptions: (i) Y generation and their characteristics and preferences, represented by the Administration students at FEI; (ii) innovation at work and use of creative spaces as motivational mechanisms in the workplace; and (iii) quality of life, health and well-being at work that promote creativity, productivity, and satisfaction. As for the methodology, this research can be evaluated as bibliographical (with different theoretical lenses), descriptive (students' perception) and quantitative-qualitative (GONSALVES, 2007). Data were collected through an electronic questionnaire based on three categories: creativity (way of thinking in different ways and creating innovative solutions), productivity (greater potential of their professional skills to optimize work); and satisfaction (contentment and/or pleasure arising from the accomplishment of what is expected and desired in relation to work). The results showed that this study can benefit different audiences, including FEI's Administration students, coordinators and managers, as well as employees from different companies.

**Keywords:** FEI's Administration Students. Y Generation. Creative Spaces. Innovation. Decompression Spaces at Work.

## INTRODUÇÃO

A geração Y representa uma grande parte das pessoas que querem construir uma carreira nas empresas, com aproximadamente 73 milhões da população brasileira de um total de 150 milhões - cerca de 48,7% da população (IBGE, 2021). São os jovens nascidos entre 1980 e 1999, com um maior conhecimento sobre tecnologia (ESTEVES et al, 2016), postura colaborativa e colocam em xeque a própria ideia de gestão e de liderança de cultura tradicionalista (PERRONE et al, 2013), o que levam as organizações tradicionais a rever seus processos, cultura, forma de gestão (ESTEVES et al, 2016) e concepção de seus ambientes de trabalho (LOIOLA, 2017). Os espaços criativos começaram a ser implantados nos escritórios das empresas de tecnologia nos anos 1990 nos Estados Unidos (RANGEL, 2016). Atualmente, estão espalhados por todos os países nas empresas que trabalham com foco em inovação. Em ambientes criativos, o expediente é flexível e mecanismos adotados para distrações são propositais, incentivando o profissional a pensar em soluções de trabalho diferentes.

O estresse é o grande vilão da saúde e da qualidade de vida no trabalho. Uma pesquisa da ISMA - Internacional Stress Management Association (RODRIGUES, 2016), entidade que estuda o tema do estresse no trabalho em doze países, revelou que 70% dos trabalhadores registrados no Brasil sofrem de estresse ocupacional, sejam estagiários ou colaboradores experientes. O estresse ocupacional remete a prejuízos tanto físicos quanto psicológicos aos trabalhadores (IBGE, 2019), especialmente quando inserido na fase acadêmica, além do grande impacto financeiro às organizações (RODRIGUES, 2016),

Segundo Teixeira et al. (2016), os espaços de criação são lócus de crescimento para que as inovações ocorram e, além de criar valor agregado, estimulam a curiosidade, criatividade e a experimentação nos colaboradores (QUEIROZ, 2002). Estes ambientes podem proporcionar uma atmosfera de extração, geração de valor, compartilhamento, transmissão, combinação, utilização e reutilização do conhecimento (LABIAK, 2012).

Martins (2004) sinaliza a importância desses ambientes ao afirmar que os conhecimentos se renovam rapidamente. Para ele, os ambientes criativos colaboram para desenvolver capacidades que ajudem os indivíduos facilmente a se adaptarem para novas circunstâncias. Mais adiante, este estudo vai propor três categorias de análise para os espaços criativos e seus impactos para a criatividade, a produtividade e satisfação no trabalho.

O problema de pesquisa se baseia na investigação da necessidade de uso de espaços de decompressão nas empresas. Este estudo tem como objetivo geral entender a percepção dos estudantes de Administração da FEI sobre a importância da existência desses espaços criativos, tendo como objetivos específicos: (i) identificar os fatores que impulsionam os estudantes a perceber essas novas formas de pensar (criatividade), de produzir (produtividade) e de se satisfazer no trabalho (satisfação) com o uso (ou não) desses espaços criativos; e (ii) identificar a percepção dos estudantes desses espaços criativos como ambientes de decompressão no trabalho, analisando melhoria (ou não) dos aspectos relacionados à saúde, bem-estar e qualidade de vida dos colaboradores.

A contemporaneidade deste tema expressa-se no contexto socioeconômico: o estresse dos trabalhadores nas empresas brasileiras com prejuízos físicos e psicológicos; e o impacto financeiro para as organizações relacionados à rotatividade, licenças médicas, queda na produtividade e absenteísmo no trabalho

que chegam a R\$ 80 bilhões ou 3,5% do PIB (Produto Interno Bruto) (RODRIGUES, 2016).

Ademais, há pertinência em compreender a percepção dos estudantes de Administração da FEI, pertencentes à geração Y. No aspecto acadêmico, justifica-se investigar com maior profundidade a geração Y, e suas características, além de diferentes preferências em relação às gerações anteriores. No aspecto organizacional, justifica-se pela necessidade de ações inclusivas, tanto nas empresas nacionais quanto multinacionais, sejam elas de pequeno ou grande porte, no setor público ou privado, e abrir discussão sobre diversidade e inovação no trabalho que pode gerar impacto positivo para a sociedade e vantagem competitiva para as empresas com valorização do perfil criativo e das ideias dos colaboradores, favorecendo o aumento da percepção de bem-estar e qualidade de vida nas empresas.

### **GERAÇÃO Y E SUAS CARACTERÍSTICAS E PREFERÊNCIAS**

A geração Y é definida pelo grupo de pessoas nascidas entre 1980 e 1999 (OLIVEIRA, 2010) que, em 2021, possui entre 22 e 41 anos. Para o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística – IBOPE, 68% de pessoas da geração Y trabalham, 34% estão cursando o ensino superior, 54% já saíram da casa dos pais e 31% são chefes de família (IBOPE, 2010).

A geração Y é formada por pessoas que nasceram basicamente na mesma época do início das evoluções tecnológicas. Vários fatores e ideais da geração Y têm elevado o nível de rotatividade nas empresas. Ao mesmo tempo, a geração Y tem adentrado o mercado de trabalho devido as suas habilidades e talentos cultivados junto ao advento da tecnologia (FLINK et al, 2012).

A imagem das organizações é a de que esses jovens escapam aos fatores restritivos e têm algo de não domesticável. Ao mesmo tempo, são altamente inventivos e inovadores, com fortes características relacionais, imersos em fluxos de todas as ordens, com uma inteligência associada ao coletivo e produção de novas figuras de subjetividade. A resistência e a criação caminham juntas e tal paradoxo tem demandado novas ações das empresas (PERRONE et al, 2013).

Diante disso, descobrir o que motiva a geração Y é indispensável para a gestão e retenção de novos talentos nas empresas. De acordo com Maldonado (2005), ações como a aproximação entre os níveis hierárquicos, uma comunicação eficiente, a escuta de suas opiniões e ideias e o incentivo para as ideias inovadoras que tragam bons resultados e uma maior responsabilização como reconhecimento ao bom desempenho podem ser muito eficazes.

### **ESPAÇOS CRIATIVOS COMO INOVAÇÃO NAS EMPRESAS**

São Paulo possui uma população estimada de 12 milhões de pessoas (IBGE, 2021), sendo que 47,1% possuem alguma ocupação (IBGE, 2019). Neste contexto, insere-se a ideia de criação de espaços criativos nas empresas. O agravante são os horários de intervalo, como o horário de almoço, que é obrigatório por lei (Decreto Lei nº5.452/43 - CLT). O colaborador que trabalha oito horas é obrigado a ficar de 1 a 2 horas de intervalo para refeição, nas proximidades da empresa, principalmente devido ao problema da mobilidade urbana. E a criação e o uso de espaços criativos inserem-se neste contexto como um espaço planejado e pensado no intuito de oferecer às pessoas um local para descansar, descomprimir, relaxar, durante o intervalo, ou depois de um dia cansativo de trabalho, e estimulando a criatividade, a colaboração, o relacionamento e até mesmo a cooperação.

Um espaço de desconpressão nada mais é do que um local que permite que as pessoas tenham como “passar um tempo livre de criação”. Primeiramente, essa prática conquistou companhias de tecnologia e inovação. Atualmente, as salas criativas de desconpressão estão presentes em muitas empresas de vários portes e segmentos. O ambiente criativo proporciona uma série de vantagens e traz um diferencial ao projeto de uma empresa (Marelli, 2018).

Figura 1 - Sala de desconpressão 1



Fonte: MARELLI, 2018

Figura 2 - Sala de desconpressão 2



Fonte: ARTUSI, 2020

De acordo com a FEHOESP - Federação dos Hospitais, Clínicas e Laboratórios do Estado de São Paulo (2020) foi divulgada a Lei nº 17.234/2020, que obriga os hospitais públicos e privados a criar uma sala de desconpressão para ser utilizada pelos enfermeiros, técnicos de enfermagem e auxiliares de enfermagem. Os hospitais privados que não instalarem a sala de desconpressão estarão sujeitos a penalidade prevista na Lei Estadual nº 10.083/88 – Código Sanitário, conforme art.122: “São infrações de natureza sanitária, entre outras”, onde a falta de aplicação tem suas penalidades cabíveis. A ação de tornar em lei a presença de espaços de desconpressão no ambiente de trabalho hospitalar demonstra a importância do fator relaxamento no ambiente de trabalho, seja ele um hospital público, privado ou qualquer outro tipo de empresa. É uma urgência sanitária para as organizações.

Desde que as primeiras salas de desconpressão foram criadas, as companhias perceberam uma série de benefícios (Marelli, 2018), os principais deles foram: estímulo aos colaboradores - os colaboradores se sentem valorizados; prevenção a doenças e afastamentos - muitas pessoas são afastadas do trabalho por doenças mentais ou problemas relacionados à postura; redução de problemas - contribui para o alívio ao estresse fazendo com que as pessoas saiam de suas posições mais comuns no trabalho e, em alguns casos, até se movimentem; aumento da produtividade - pausas programadas dão à mente o tempo de recuperação que ela precisa para voltar à ação muito mais concentrada; e integração da equipe - conviver com os colegas em um ambiente descontraído contribui para criar um vínculo entre os membros do time.

Campos (1998) afirma que, um dos mais importantes conceitos dos programas de qualidade de vida está na ideia de que somente se melhora o que se pode medir e, portanto, é preciso medir para melhorar. Assim, é necessário avaliar de forma sistemática a satisfação dos profissionais da organização, pois as sondagens da opinião interna são uma importante ferramenta para detectar a percepção dos funcionários sobre os fatores intervenientes na qualidade de trabalho elevada e produz um clima de confiança e respeito mútuo, enquanto as pessoas tendem a

umentar suas contribuições, a administração tende a diminuir rígidos mecanismos de controle.

Muitas empresas chegam à conclusão de que a única limitação real para o seu crescimento é a capacidade de continuar a atrair, *desenvolver* e reter talento de qualidade (TALPSCOTT, 2010). Diniz (2013) questiona o que será que atrai e faz os membros da geração Y permanecerem em uma instituição: benefícios, salários, bem-estar e/ou plano carreira?

## METODOLOGIA

O tipo de pesquisa escolhida foi baseado no método da Gonsalves (2007, p.66), que classificou os tipos de pesquisa (Quadro 1), baseando-se em quatro aspectos: objetivos, procedimentos de coleta, fontes de informação e natureza dos dados.

Quadro 1 - Tipos de pesquisa

<b>Objetivos</b>	<b>Procedimentos</b>	<b>Fontes de informação</b>	<b>Natureza dos dados</b>
Exploratória <b>Descritiva</b> Experimental Explicativa	Experimento <b>Levantamento</b> Estudo de caso <b>Bibliográfica</b> Documental Participativa	<b>Campo</b> Laboratório <b>Bibliográfica</b> Documental	<b>Quantitativa</b> <b>Qualitativa</b>

Fonte: Gonsalves, 2007.

Desse modo, a pesquisa deste trabalho se enquadra em descritiva, levantamento, bibliográfica, de campo, quantitativa e qualitativa, visto que tem por objetivo identificar a visão dos estudantes de administração da FEI sobre os espaços criativos como estratégia de descompressão no ambiente de trabalho.

Para a construção dessa pesquisa, foi aplicado um questionário para os estudantes de administração da FEI de todos os semestres do curso, do campus de São Bernardo do Campo e de São Paulo. Iniciou-se o contato com os candidatos para convidá-los a responder ao questionário, via grupo de administração da FEI no WhatsApp e grupo de alunos da FEI no Facebook, onde foi esclarecido o tema da pesquisa. Esse documento, assegurando o sigilo dos respondentes, garante a segurança dos dados pessoais desses estudantes.

A secretaria da FEI, de acordo com a LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados) não poderia fornecer para a autora deste trabalho a quantidade exata de alunos matriculados na instituição, pois o compartilhamento de tal informação fere a lei em vigor. O coordenador do curso estimou um total de alunos matriculados no campus de São Bernardo do Campo e São Paulo que varia entre 300 e 350, no total. Inicialmente, foi pré-estabelecido que para um total de 300 alunos, a coleta deveria ser, então, de 20% desse total, ou seja, uma amostra aproximada de 60 estudantes. No entanto, a amostra validada de respondentes foi entre 14% e 15% de 300, o que correspondeu entre 42 e 44 respondentes.

A pesquisa foi estruturada de acordo com a escala Likert (GALLO, 2021) a partir da divisão das respostas em 5 categorias – ‘discordo totalmente’, ‘discordo’, ‘não concordo nem discordo’, ‘de acordo’, ‘totalmente de acordo’, onde de maneira remota e independente o respondente preenchia o questionário online. O método de análise foi o de Lakatos (2003) a partir da observação direta extensiva. As análises dos resultados foram efetuadas através de conexões com o conteúdo exposto no referencial teórico.

Cada respondente preencheu ao questionário remotamente utilizando o Google Forms. O preenchimento das 17 questões teve um tempo estimado de 10 minutos para ser concluído, por respondente. As respostas foram transcritas e tabuladas para que facilitasse as interpretações, a análise de dados e a discussão dos resultados.

### **ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

A análise das respostas será dividida por tópicos que contém afirmativas referentes ao mesmo assunto, sendo eles: criatividade, produtividade e satisfação. O quadro abaixo detalha o perfil de cada respondente, contando com a informação se é ou não aluno do curso de Administração da FEI, em qual campus tem aulas (São Bernardo do Campo ou São Paulo) e em qual semestre está:

Tabela 1 - Perfil estudantes respondentes

<b>Você é aluno(a) do curso de administração da FEI?</b>	<b>FEI SBC</b>	<b>FEI SP</b>	<b>(nenhum dos anteriores)</b>	<b>Total Geral</b>
1º semestre	1			1
2º semestre	3	1		4
3º semestre			*1	
4º semestre	3	3		6
5º semestre	3			3
6º semestre	4	3		7
7º semestre	7	3		10
8º semestre	4	6		10
Já estou formado(a)	1			1
(nenhum dos anteriores)			2	2
<b>Total Geral</b>	<b>26</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>44</b>

Fonte: Autoras, 2021.

Conforme aponta o gráfico, os maiores números de respondentes - 10 e 10 - são relacionados aos alunos do 7º e 8º semestres de administração. Por não haver turma vigente do 3º semestre nos campos de SBC e SP não foi possível coletar dados referentes a esse ciclo.

#### **A. CRITÉRIO DE CRIATIVIDADE**

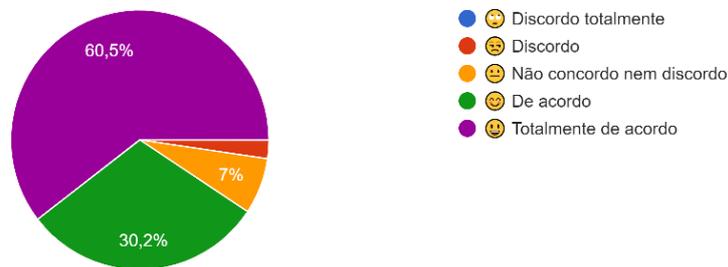
Dentre os participantes da pesquisa, 76,7% se mostraram totalmente de acordo que os espaços criativos favorecem a interligação entre trabalhadores intragrupo e intergrupo, isso acontece pois se conectam a uma variedade de pessoas e aceitam a diversidade (COMAZZETTO, 2016).

#### **Figura 3 - Criatividade**

<sup>1</sup> Não houve turma vigente do 3º semestre de administração nos campos de SBC e SP, no segundo semestre de 2021, e por isso não foi coletada informação

2. Espaços criativos estimulam a criatividade para a resolução de problemas no trabalho.

43 respostas



Fonte: Autoras, 2021

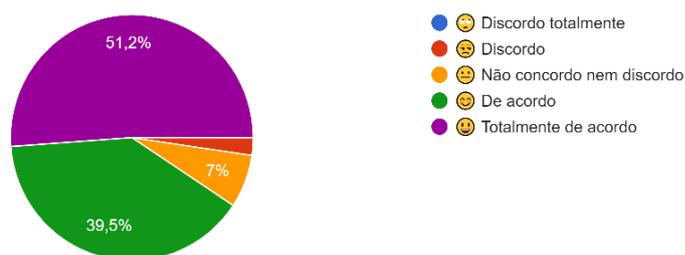
Mais de 60% responderam que está totalmente de acordo e 9,3% responderam que não concorda nem discorda que a fruição de espaços criativos pode resultar no desenvolvimento de ideias inovadoras. O aproveitamento de tais espaços para o relaxamento resulta em aumento da produtividade (MARELLI, 2018) por favorecer a criação de ideias.

90,7% - 51,2% totalmente de acordo somados aos 39,5% de acordo – é aderente à afirmação que benefícios tangíveis (salário e benefícios) e intangíveis (títulos e classificações) proporcionam a valorização do fator humano e do comportamento criativo, por meio dos espaços criativos. A geração Y, representada pelos estudantes de administração da FEI, procura novos horizontes e desafios, porém também pensa em estabilidade e gosta de se sentir bem e motivada (DINIZ, 2018). Razão da importância dos elogios pelas metas alcançadas, da valorização através do bom funcionamento dos espaços comuns da empresa, através do tratamento, do marketing interno.

Figura 4 - Criatividade

4. A existência de espaços criativos pode ser uma estratégia de valorização do fator humano e do comportamento criativo no trabalho: através de bene...nefícios) e intangíveis (títulos e classificações).

43 respostas



Fonte: Autoras, 2021

As habilidades profissionais de planejamento, organização, comunicação, foco e concentração no trabalho, e atenção aos detalhes - que podem ser cultivadas junto ao advento da tecnologia (FLINK et al, 2012), e que são desenvolvidas e/ou aprimoradas quando os trabalhadores usufruem de ambientes de criação, é o que acredita 51,2% dos participantes da pesquisa.

## B. CRITÉRIO DE PRODUTIVIDADE

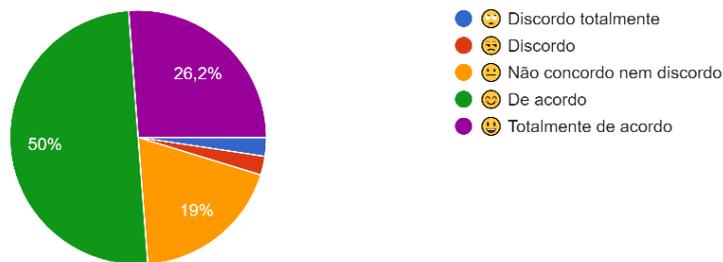
Dentre os participantes da pesquisa, 76,2% - 50% de acordo somados aos 26,2% totalmente de acordo - veem o ato de jogar dama e/ou xadrez como algo que

proporciona o melhoramento do desempenho e raciocínio lógico-analítico, conforme Figura 5. O aproveitamento das atividades ofertadas no local criativo se dá de acordo com o perfil dos profissionais da empresa que irão utilizar tal ambiente: para cada empresa pode haver um ambiente criativo propício, seja ele físico ou online, onde se percebe a cultura da empresa e o perfil dos trabalhadores da organização (MARELLI, 2018).

Figura 5 - Produtividade

6. Jogos de dama e/ou xadrez permitem o melhoramento do desempenho uma vez que desenvolve nos colaboradores o raciocínio lógico-analítico.

42 respostas



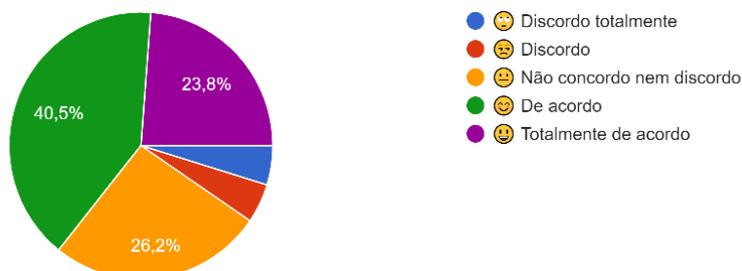
Fonte: Autoras, 2021

Mais de um quarto dos participantes respondeu que não concorda nem discorda à afirmação 'jogos de velocidade/competitivos em videogames favorecem o desenvolvimento de concentração e agilidade na tomada de decisão'. 23,8% se mostraram totalmente de acordo à afirmação, como demonstra a Figura 6, traduzindo que o perfil da geração Y está mais aderente à inteligência associada ao coletivo do que com jogos de competição (PERRONE et al, 2013).

Figura 6 - Produtividade

7. Jogos de velocidade/competitivos em videogames favorecem o desenvolvimento de concentração e agilidade na tomada de decisão.

42 respostas

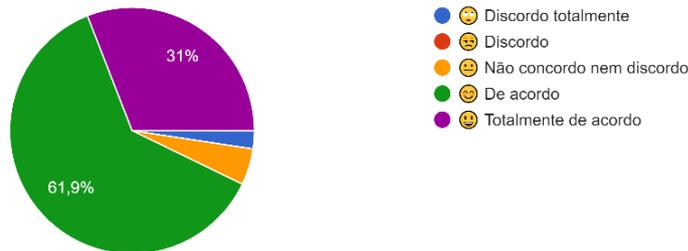


Fonte: Autoras, 2021

92,9% dos participantes, admitem que 'jogos de estratégia podem estimular o desenvolvimento de visão sistêmica e de pensamento crítico. As pausas programadas para usufruir de um momento de decompressão dão à mente o tempo de recuperação que ela necessita para voltar à ação muito mais concentrada (MARELLI, 2018) para refletir, ter novas ideias, fazer análises, resolver problemas.

### Figura 7 - Produtividade

8. Jogos de estratégia estimulam o desenvolvimento de visão sistêmica e de pensamento crítico.  
42 respostas

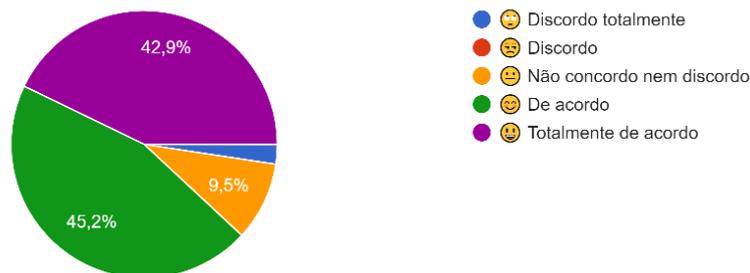


Fonte: Autoras, 2021

Observou-se que 42,9% dos participantes, estão totalmente de acordo com a afirmação de que jogos cooperativos estimulam o espírito de equipe e empatia, enquanto 45,2% estão de acordo. Para eles, os ambientes criativos podem proporcionar uma atmosfera de compartilhamento (LABIAK, 2012), o que se alinha à estratégia de oferta de jogos cooperativos nesses locais.

### Figura 8 - Produtividade

9. Jogos cooperativos permitem o desenvolvimento do espírito de equipe e empatia.  
42 respostas



Fonte: Autoras, 2021

Observou-se que 21,4% dos participantes estão totalmente de acordo que espaços criativos favorecem o desenvolvimento de disciplina, concentração e responsabilidade. 47,6% estão de acordo com tal afirmação, 23,8% não concordam nem discordam e 7,1% discordam. Tendo passado a infância com a agenda cheia de atividades, as pessoas da geração Y são multifacetadas, vivem em ação e se percebem com habilidade para administrar o tempo (COMAZZETTO, 2016).

Observou-se que 90% dos respondentes veem os espaços criativos como sendo ambientes que ajudam na produtividade e flexibilidade, além do estímulo a liberdade de criar e na entrega de resultados positivos, conforme revela a Figura 9, mostrando que além de criar valor agregado, os espaços criativos podem estimular a curiosidade, a criatividade e a experimentação nos colaboradores (QUEIROZ, 2002).

Figura 9 - Produtividade

11. Espaços criativos estimulam a liberdade para criar, ajudando a entregar resultados positivos, favorecendo a produtividade e a flexibilidade.

42 respostas



Fonte: Autoras, 2021

### C. CRITÉRIO DE SATISFAÇÃO

73,8% dos participantes aderem à afirmativa de que os espaços criativos ajudam a empresa a mostrar quais são os seus valores e visão. Desse total, 28,6% são totalmente de acordo, enquanto 45,2% são de acordo. 21,4% dos participantes não concordam nem discordam com a afirmativa. Esses resultados mostram que valores e visão podem refletir a cultura da empresa nesses espaços criativos, influenciando na escolha das cores e na disposição dos ambientes (MARELLI, 2018).

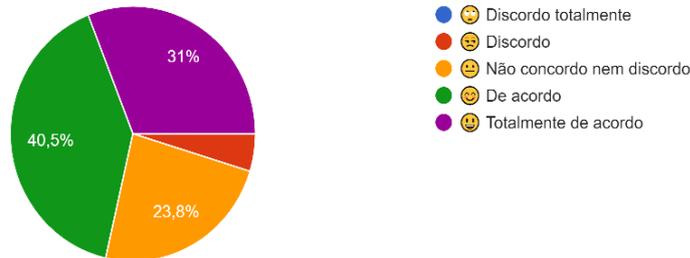
Quanto à afirmativa "os espaços criativos ajudam a desenvolver a aceitação às mudanças organizacionais, reduzindo incertezas, medos e percepções de perdas por contribuírem para a redução do estresse e das pressões relacionadas ao trabalho", 54,8% se mostraram de acordo e 23,8% totalmente de acordo. A Lei Estadual nº 10.083/88 denota a urgência em se fazer a utilização dos espaços de decompressão pelos profissionais de saúde no local de trabalho, revelando a importância do fator relaxamento (FEHOESP, 2020). A decompressão como fator de relaxamento tornou-se de extrema importância para os hospitais públicos e privados, podendo ser esse um case de boas práticas para expansão de sua aplicação nas pequenas, médias e grandes empresas.

23,8% dos participantes não concordam nem discordam com a afirmativa da Figura 10, que relata sobre os espaços criativos como sendo uma ferramenta de ajuda aos gestores no sentido de favorecer o conhecimento integrado entre gestores e equipe, onde cada gestor, a partir do ambiente criativo, pode compreender melhor as necessidades de cada pessoa na equipe. 40,5% se mostraram de acordo a essa afirmativa, enquanto 31% totalmente de acordo. Conviver com os colegas de trabalho em um ambiente descontraído contribui para criar um vínculo entre os membros do time, é uma convivência que se reflete no ambiente de trabalho, com mais cooperação, troca fluída de ideias e sinergia do grupo (MARELLI, 2018).

### Figura 10 - Satisfação

14. Os espaços criativos podem ajudar os gestores a compreender melhor as necessidades de cada equipe e cada pessoa, o que pode favorecer o conhecimento integrado de todos os envolvidos.

42 respostas



Fonte: Autoras, 2021

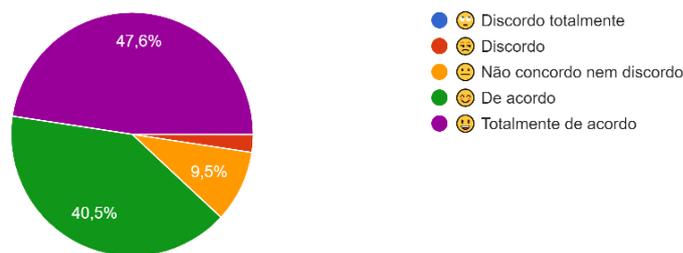
95% dos participantes - 57,5% que responderam com 'totalmente de acordo' somados aos 37,5% que responderam 'de acordo' - concordaram que espaços criativos contribuem para a qualidade de vida geral dos trabalhadores. Segundo Davis e Newstrom (1996), quando as organizações buscam definir a questão da Qualidade de Vida no Trabalho obtêm melhoria na produtividade: quanto maior a percepção de qualidade, maior o ganho de produtividade para o empregador.

De acordo com a Figura 11, 47,6% aderem totalmente à afirmativa na qual menciona os espaços criativos como sendo estimuladores da felicidade dos colaboradores, o que melhora a percepção dos mesmos sobre o reconhecimento no trabalho. 40,5% também concordam com essa afirmação. Segundo Diniz (2013), uma vez que a geração Y encontra uma instituição onde se sinta bem, feliz e motivada ela irá buscar pelo crescimento dentro da organização.

### Figura 11 - Satisfação

16. Espaços criativos estimulam a felicidade dos colaboradores, melhorando sua percepção sobre o reconhecimento no trabalho.

42 respostas



Fonte: Autoras, 2021

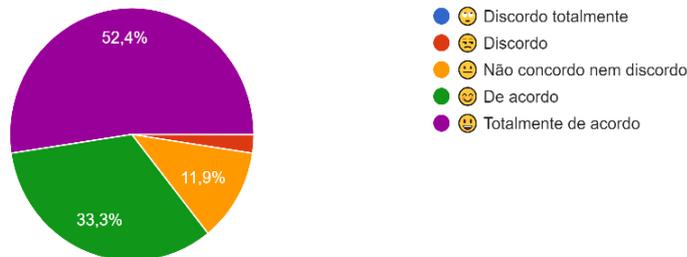
11,9% dos participantes não concordam nem discordam com a afirmativa da Figura 12, onde diz que espaços criativos ajudam na redução de estresse e são ambientes para realizar decompressão do trabalho. 85,7% dos participantes - 52,4% totalmente de acordo somados aos 33,3% de acordo - acreditam, como é o objetivo deste trabalho verificar, que há a percepção dos estudantes de administração da FEI sobre os espaços criativos como sendo uma estratégia de decompressão no ambiente de trabalho. Os custos relacionados à rotatividade, licenças médicas, queda na produtividade e absenteísmo no trabalho chegam a R\$ 80 bilhões ou 3,5% do PIB (Produto Interno Bruto) (RODRIGUES, 2016). Os espaços criativos com finalidade de decompressão podem ajudar a melhorar esse cenário, como propõe a

nova lei que torna obrigatória a criação de salas de decompressão nos hospitais de São Paulo (FEHOESP, 2020).

Figura 12 - Satisfação

17. Tenho preferência em trabalhar numa empresa que oferece espaços criativos, pois acredito que esses ambientes ajudam na redução de estresse e das pressões relacionadas ao trabalho.

42 respostas



Fonte: Autoras, 2021

É válido pontuar sobre o cenário em que os participantes do questionário se encontravam quando responderam ao mesmo. Pois há mais de um ano e meio não havia tanto trabalho adaptado ao formato home office, diminuindo, assim, as possibilidades de acesso aos ambientes de decompressão no local físico de trabalho. Deste modo, nesse período as oportunidades de usufruir de ambientes criativos estavam escassas. Também há um impacto futuro causado pela pandemia do Coronavírus, que aumentou a taxa de desemprego do país e, conseqüentemente, a pressão no que tange o ambiente de trabalho.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Segundo o IBGE (2021), 48,7% da geração Y no Brasil, ou seja, basicamente metade - 73 milhões - da população de 150 milhões de pessoas nascidas entre 1980 e 1999 querem construir uma carreira nas empresas. Paralelo a isso, 80 bilhões de reais são gastos pelas empresas para lidar com os custos relacionados à rotatividade, licenças médicas, queda na produtividade e absenteísmo no trabalho. Esse contexto socioeconômico é resultado do estresse dos trabalhadores nas empresas, o que causa prejuízos físicos, psicológicos e o impacto financeiro nas organizações (RODRIGUES, 2016).

Apesar de haver o horário de almoço que é obrigatório por lei (Decreto Lei nº5.452/43 - CLT) e a nova Lei nº 17.234/2020 ter sido criada formulando a obrigatoriedade dos espaços de decompressão nos hospitais públicos e privados no Estado de São Paulo: a primeira não garante que o trabalhador vá, no mínimo, conseguir usufruir de ambientes criativos durante o período de tempo delimitado para o almoço, devido a contratempos como distância até um restaurante e trânsito; a segunda torna obrigatório o ambiente criativo em hospitais de São Paulo, no entanto, é uma lei que não se estende aos demais Estados e às empresas outras. E vale ressaltar que houve um aumento de 37% em doenças psiquiátricas ou distúrbios emocionais dentro das empresas no Brasil, devido à pandemia, em 2020, 72% da população brasileira tinha alguma sequela de estresse - e 30% destes sofriam de burnout (EXAME, 2021).

A maioria dos respondentes afirmou que têm preferência em trabalhar numa empresa que ofereça espaços criativos, pois acreditam que esses ambientes ajudam na redução do estresse e das pressões relacionadas ao trabalho. A maioria também relatou que os espaços criativos podem estimular a percepção de felicidade. Ao se

pensar na complexidade da saúde dos trabalhadores no país, é necessário evidenciar a importância tanto do setor público como privado para combater as raízes das doenças decorrentes de ambientes de trabalho no Brasil.

No âmbito empresarial, é válido considerar políticas de saúde no trabalho aprofundadas, que forneçam suporte para todos os colaboradores da organização.

Sobre as limitações do estudo pode-se citar o curto período de aproximadamente quatro meses para a realização da pesquisa. Outro fator limitante foi o acesso aos estudantes durante a pandemia. Como sugestão de próximos estudos recomenda-se o aprofundamento no tema de saúde no trabalho como forma de vantagem competitiva empresarial. Este estudo comprovou ser relevante não apenas para as empresas, coordenadores e a geração-alvo da pesquisa, mas também para o público acadêmico, a universidade, gestores educacionais e sociedade.

Conhecer as novas temáticas e novas tendências abordadas neste estudo é de urgência e contribuição à sociedade. O trabalho dignifica as pessoas e para o melhor de todos é que ele possa ser realizado de forma mais feliz e significativa para o crescimento pessoal e profissional das pessoas, contribuindo para uma percepção menor de geração de estresse e doenças decorrentes do trabalho.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARTUSI, Renata. Quais as vantagens do espaço de descompressão? 2018.

Disponível em: <https://www.artusiarquitetura.com>. Acesso em: 6 out. 2021.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Panorama São Paulo**. 2019.

Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/sao-paulo/panorama>. Acesso em: 28 ago. 2021.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Projeção da população**.

2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao>. Acesso em: 29 ago. 2021.

CAMPOS, Vicente Falconi. **Gerenciamento da rotina de trabalho do dia-a-dia**. 9ª edição. Belo Horizonte: Editora de Desenvolvimento Gerencial, 1998.

COMAZZETTO, Letícia Reghelin; VASCONCELLOS, Silvio José Lemos; PERRONE, Cláudia Maria; GONÇALVES, Julia. A geração Y no mercado de trabalho: um estudo comparativo entre gerações. **SciELO - Psicologia: ciência e profissão**, v. 36.1, p. 147-157, jan./mar. 2016. DOI: <https://doi.org/10.1590/1982-3703001352014>.

Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pcp>. Acesso em: 29 ago. 2021.

DAVIS, Keith, NEWSTROM, John W. **Comportamento organizacional: o**

**comportamento humano no trabalho**. 12ª edição. São Paulo: AMGH, 1996.

DINIZ, Débora. Hm Doctors: como atrair e reter profissionais da geração Y? 2013.

Disponível em: <http://www.hmdoctors.com>. Acesso em 6 out. 2021.

ESTEVES, Sofia; MAGLIOCCA, Renata; GALDINI, Danica. As expectativas da geração Y em relação ao mercado de trabalho. **Revista Brasileira de Gestão e**

**Inovação**, vol. 4, n.1, p.1-18, setembro/dezembro, 2016. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas>. Acesso em: 29 ago. 2021.

EXAME. O estresse no trabalho ficou pior na pandemia? Entenda os sinais de alerta. 2021. Disponível em: <https://exame.com/carreira>. Acesso em: 23 out. 2021.

FEHOESP 360. Aprovada a lei da sala de descompressão para o Estado de São Paulo. 2020. Disponível em: <https://fehoesp360.org.br>. Acesso em: 28 ago. 2021.

FLINK Richard., FERREIRA, Camila Nardini, HONORATO, Gláucio Menoni., ARAUJO, Juliana. Rodrigues., PROENÇA, Taís Simon. Porque e como atrair e reter os profissionais da geração Y nas empresas. In IX Congresso Virtual Brasileiro de Administração, 2012. **Anais eletrônicos...** Disponível em: <http://www.convibra.com.br>. Acesso em: 28 ago. 2021.

GALLO, Marcos Barello. O CSAT nas organizações de saúde. **Health Care**. Disponível em: <https://grupomidia.com/hcm/o-csat-nas-organizacoes-de-saude>. Acesso em: 8 out. 2021.

GONSALVES, Elisa Pereira. **Iniciação à pesquisa científica**. 4ª edição. Campinas: Editora Alínea, 2007.

IBOPE. Gerações Y e Z: Juventude digital. **IBOPE MÍDIA**, 2010. Disponível em: <http://www4.ibope.com.br/download>. Acesso em: 21 set. 2021.

JUNIOR, Nelson Aleixo Silva. Satisfação no trabalho: um estudo entre os funcionários dos hotéis de João Pessoa. **Psico USF**, v. 6, n. 1, p. 47-57. jun. 2001. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1413-82712001000100007>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pusf>. Acesso em: 04 out. 2021.

LOIOLA, Rita. Geração Y – Eles já foram acusados de tudo: distraídos, superficiais e até egoístas. Mas se preocupam com o ambiente, têm fortes valores morais e estão prontos para mudar o mundo. **Galileu**, p. 2, set. 2017. Disponível em: <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net>. Acesso em 29 ago. 2021.

MALDONADO, Maria Tereza. **A geração Y no trabalho**: um desafio para os gestores, v. 1, n.1, p. 2. Maio. 2019. Disponível em: <https://www.psicologiasdobrasil.com.br>. Acesso em: 24 set. 2021.

MARELLI. Afinal o que são salas de descompressão e seus resultados? 2018. Disponível em: <https://blog.marelli.com.br>. Acesso em: 28 ago. 2021.

OLIVEIRA, Sidnei. Geração Y. **O Nascimento de Uma Nova Versão de Líderes**. 1ª edição. São Paulo: Integrare Business, 2010.

PASSOS, Paulo. Como atrair e reter os talentos da Geração Y. 2016. Disponível em: <https://www.pointsrocket.com/2016/06/29/como-atrair-e-reter-os-talentos-da-geracao-y>. Acesso em 6 out. 2021.

PERRONE, Cláudia Maria; ENGELMAN, Selda; SCHAURICH Santos, Anelise; RODRIGUES Sobrosa, GÊNESIS, Marimar. A percepção das organizações pela geração Y. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, vol. 6, núm. 3, p. 546-560, setembro, 2013. Disponível em: <https://www.redalyc.org/revista.oa?id=2734>. Acesso em: 29 ago. 2021.

QUEIROZ, Adriane Angélica Farias Santos Lopes de. **Influências da mudança de layout**: Uma análise das relações do indivíduo com o seu ambiente de trabalho. 2002. 116 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Fundação Getulio Vargas, São Paulo, 2002. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/4757/1200300933.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 12 ago. 2021.

RANGEL, Anna. 'Espaços de descompressão' viram moda, mas podem ter pouco efeito. **Folha**, São Paulo, 18 set. 2016, p.1. Disponível em: <http://folha.com/no1814149>. Acesso em: 12 ago. 2021.

RODRIGUES, Greice. O prejuízo do stress no trabalho: para reduzir perdas de R\$80 Bilhões, Empresas investem em programas de qualidade de vida dos funcionários. **Isto É**, v. 2, n. 1, p. 1. Disponível em: [https://istoe.com.br/292\\_O+PREJUIZO+DO+STRESS+NO+TRABALHO](https://istoe.com.br/292_O+PREJUIZO+DO+STRESS+NO+TRABALHO). Acesso em: 29 ago. 2021.

TEIXEIRA, C. **Centro de Inovação**: alinhamento conceitual. Perse, 1. ed. v.1. 2016. Disponível em: <http://via.ufsc.br/download-centro-de-inovacao>. Acesso em: 12 set. 2021.