

## **Games em ação: promoção de saúde mental para trabalhadoras de telemarketing**

Luana Silveira de Moraes<sup>1</sup>  
luamoraes30@outlook.com

### **Resumo**

O presente estudo, teve por objetivo desenvolver práticas educativas com elementos da *gamificação* em duas empresas de *telemarketing*, com predominância de funcionárias mulheres. Pautadas na psicodinâmica do trabalho, as práticas educativas buscaram auxiliar no gerenciamento do estresse e da ansiedade no ambiente laboral, através do fomento da criatividade e do protagonismo. Trata-se de uma pesquisa de natureza qualitativa e descritiva, que através do método da pesquisa-ação de Michel Thiollent (1986), procurou resolver um problema coletivo. Como resultados percebe-se um aumento de percepções mais positivas em relação ao ambiente laboral, possibilitada pela construção de uma cultura mais colaborativa e inclusiva, onde os sujeitos sentem-se mais pertencentes e acolhidos pelos ambientes empresariais.

**Palavras-chave:** gamificação, educação corporativa, *telemarketing*, saúde mental, mulheres.

### **Abstract**

The present study aimed to develop educational practices with elements of gamification in two telemarketing companies, with a predominance of female employees. Based on the psychodynamics of work, educational practices sought to help manage stress and anxiety in the work environment, by encouraging creativity and protagonism. This is qualitative and descriptive research, which, through Michel Thiollent's (1986) action research method, sought to solve a collective problem. As a result, we can see an increase in more positive perceptions regarding the work environment, made possible by the construction of a more collaborative and inclusive culture, where individuals feel more belonging and welcomed by business environments.

**Keywords:** gamification, corporate education, telemarketing, mental health, women.

---

<sup>1</sup> Bacharelanda em Psicologia da Faculdade Mário Quintana–FAMAQUI. Especialista em Pedagogia empresarial e Educação Corporativa pela Descomplica Cursos Livres Via Web S.A. Especialista em Docência: Métodos e Práticas Inovadoras de Ensino pela Faculdade Leonardo Da Vinci - IERGS. Graduada em História pela Faculdade Porto-Alegrense - FAPA.

## Introdução

Na atualidade, o trabalho vêm sendo percebido como um forte agente estressor, e ao estudarmos as novas relações marcadas pela pós-modernidade, percebemos inúmeras mudanças que impactam diretamente a saúde mental dos trabalhadores; como alta competitividade, práticas abusivas organizacionais e metas, cada vez mais, agressivas. Neste contexto, as situações de trabalho mais precarizadas e ditas “femininas”, como o teleatendimento, estão mais sujeitas ao adoecimento psíquico. O estudo intitulado, *o estresse psicológico em relação ao sexo feminino e masculino no Brasil*, de 2019, realizou um levantamento bibliográfico sobre as questões de gênero e estresse no ambiente de trabalho, e demonstrou que mulheres, independente de idade e profissão, são mais suscetíveis ao estresse no ambiente de trabalho do que os homens. Em 2021, os transtornos mentais foram a terceira maior motivação para afastamento do trabalho no Brasil. Neste período, uma pesquisa do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da USP, demonstrou que as mais afetadas emocionalmente pela pandemia foram as mulheres, respondendo por 40,5% de sintomas de depressão, 34,9% de ansiedade e 37,3% de estresse.

No mesmo período, em Porto Alegre, em apenas 4 meses, percebemos um aumento das licenças em saúde de 30%, em áreas profissionais majoritariamente exercidas por mulheres - educação e saúde. Estudos atribuem essa situação ao papel da mulher na sociedade, sendo acometida por condições histórico-sociais, de jornada dupla e de cuidados com a casa e os filhos, bem como, em razão de estarem culturalmente estereotipadas como emocionais, dependentes e menos capazes. Desta forma, o presente estudo, teve por objetivo, desenvolver práticas educativas com elementos da *gamificação*, em duas empresas de *telemarketing* com predominância de funcionárias mulheres, para o auxílio da saúde emocional no trabalho. Como problemática se coloca a seguinte situação: É possível que práticas educativas focadas na aprendizagem colaborativa e na utilização de elementos da *gamificação* possam aumentar a sensação de uma experiência laboral mais positiva, e consequentemente, impactar de forma favorável sobre a saúde mental das trabalhadoras, em uma empresa de *telemarketing*?

## Telemarketing e o sofrimento psíquico

Dejours (1987), nos ensina que, a falta de autonomia e de sentido no trabalho são formas do trabalho ser danoso ao aparelho psíquico, pois resulta de uma descarga de energia

psíquica muito grande, que fica acumulada tornando-se fonte de tensão e desprazer. “A carga psíquica é acumulada até que aparecem a fadiga, ou astenia, e a partir daí a patologia: é o trabalho fatigante” (Dejours; Abdoucheli; Jayet, p. 25, 1994). Com o advento de novas tecnologias e metodologias no trabalho, é comum que os profissionais sejam acometidos pelo estresse. Em consequência deste ritmo mais intenso de trabalho, a preocupação com o olhar multidimensional, que vai além de dimensões biológicas, mas psicológicas e socioculturais, deve ser uma preocupação para as empresas e para o trabalhador (França, 2004). Sabe-se que os fatores que interferem no estresse e adoecimento mental laborais podem ser inúmeros, e vão depender de percepções subjetivas de cada indivíduo em relação a estrutura organizacional; como a falta de reconhecimento, de escuta, de empatia e de autonomia.

Ao longo dos últimos anos, o setor de *telemarketing* vêm sofrendo inúmeras quedas. Surgiram programas de combate ao *telemarketing* abusivo por parte da ANATEL, que endossam o incômodo do público ao receberem ligações por telefone; a implementação de leis e normativas como LGPD - Lei geral de proteção de dados, e a criação do prefixo 0303, que além de reduzir o nicho de pessoas para a prospecção de clientes, fez com que cada vez menos, ligações fossem atendidas. E foi no período pandêmico que a realidade do setor mudou drasticamente. Devido à popularização de tecnologias como *whatsapp* e o aumento das compras pela *internet*, percebemos as dificuldades das empresas alcançarem resultados. Houve uma drástica mudança dos canais de propaganda e *marketing*, por isso, em uma empresa de *telemarketing* ativo, podemos constatar que, atualmente, existe mais “pressão” pelo alcance dos resultados devido a escassez de ligações atendidas.

Desta forma, o *turnover*, em empresas de *telemarketing* é gerado pelo próprio descontentamento do funcionário, que pede demissão devido à pressão sobre as vendas, ou pela gestão, balizando a decisão em baixos resultados. Neste sentido, atividades como o *telemarketing*, estão mais sujeitas ao adoecimento psíquico, pois propõem mecanismos de extremo controle através da utilização de scripts e de ligações gravadas. Tudo isso, além de sequestrar a autonomia, o sentido, e o senso de pertencimento, muitas vezes, acaba por gerar adoecimento dos funcionários (as). São os esquemas seculares de docilidade dos corpos que permitiram a eficácia destes meios, e que esquadrinha os movimentos em prol de uma maior produtividade. “É dócil um corpo que pode ser submetido, que pode ser utilizado, que pode ser transformado e aperfeiçoado” (Foucault, 1997, p. 132).

## **O gênero do trabalho**

É no setor de serviços de atendimento e vendas por telefone que vamos encontrar

maior concentração das mulheres, seja pela carga horária que permite conciliar trabalho às atividades privadas como cuidado dos filhos e tarefas domésticas; pela baixa exigência técnica, ou pelo discurso que qualificam esse nicho de trabalho como “feminino”. Na maioria das empresas de *telemarketing*, o recrutamento e seleção, baseia sua contratação na ideia de que, as mulheres são mais aptas, por serem biologicamente mais adequadas para realizarem este tipo de tarefa. Tais discursos mascaram a precariedade e subserviência necessária à atividade, e são marcados pela divisão social do trabalho. As mulheres são consideradas mais “apropriadas” para o trabalho de *telemarketing*, em decorrência de atributos pessoais, construídos socialmente - como voz mais suave e agradável, boas ouvintes e mais pacientes e tolerantes para lidar com clientes irritados. Louro, nos elucida sobre essa “construção social” do feminino e masculino que perpassa por toda a vida dos indivíduos

Uma compreensão mais ampla de gênero exige que pensemos não somente que os sujeitos se fazem homem e mulher num processo continuado, dinâmico (portanto não dado e acabado no momento do nascimento, mas sim construído através de práticas sociais masculinizantes e feminilizantes, em consonância com as diversas concepções de cada sociedade) como também nos leva a pensar que gênero é mais do que uma identidade aprendida, é uma categoria imersa nas instituições sociais (o que implica admitir que a justiça, a escola, a igreja, etc. são “generificadas”, ou seja, expressam as relações sociais de gênero) (Louro, 1995, p. 103).

Essa construção dos papéis de gênero na sociedade, traz sérias implicações para o mundo do trabalho. Segundo Antunes (2009), o trabalho feminino, tem sofrido um grande aumento nas formas de precarização e desregulamentação, comparado aos homens; sua remuneração e condições de trabalho são inferiores. As mulheres são direcionadas à realização de tarefas rotinizadas, manuais, com menores índices de qualificação, sendo que os trabalhos que requerem conhecimento técnico, geralmente, são mais atribuídos aos homens (Antunes, 2009). Essas relações de autoridades que produzem a subordinação das mulheres são tecidas por múltiplos fatores. “A dupla moral sexual, a tolerância à violência que as atinge por serem mulheres, a ideologia maternalista e os limites para o controle autônomo da sua capacidade reprodutiva são alguns deles” (Biroli, 2018, p. 43).

O estudo sobre a precarização e o adoecimento do trabalho feminino não é um tema recente, e vem sendo estudado há muitos anos. Louis Le Guillant, psiquiatra francês, aproximou a medicina e o mundo do trabalho em seus estudos, trazendo grande contribuição sobre as condições de trabalho e os problemas de saúde de trabalhadoras mulheres na França. Le Guillant, realizou um estudo sobre telefonistas parisienses, intitulado “a neurose das telefonistas”, publicado em fevereiro de 1956. Ele relatou sobre o aumento do ritmo de trabalho e sobre as formas de controle nesta atividade que eram capazes de desorganizar o

equilíbrio mental. As ideias de Le Guillant sugerem que a falta de autonomia e sentido nas tarefas realizadas pelas telefonistas, provocava uma certa apatia neurótica, podendo acometer o psiquismo com as mais variadas enfermidades. Percebe-se a perpetuidade de modelos enquadrados na divisão sexual do trabalho, onde se reconhecesse o trabalho manual e repetitivo como qualidades próprias de mão de obra feminina, mas sem a valorização destas qualidades como qualificações (Antunes, 2009).

### **Criativando o sofrimento psíquico**

Segundo Dejours (1994) fatores determinantes para o adoecimento dentro das empresas seriam a falta de reconhecimento e a falta de autonomia, exercidas através da autoridade dentro das organizações. No entanto, o trabalho também poderá ser equilibrante, quando ocorrem descargas mais adaptativas às necessidades, desta forma, o trabalhador pode se sentir melhor depois da realização da tarefa (Dejours; Abdoucheli; Jayet, 1994). Segundo Ana Magnólia, especialista em psicodinâmica do trabalho no Brasil, “quando o sofrimento pode ser transformado em criatividade, ele traz uma contribuição que beneficia a identidade, aumenta a resistência do sujeito ao risco de desestabilização psíquica e somática e funciona como um promotor de saúde” (Mendes, 2007, p.35). Uma educação corporativa pautada na aprendizagem colaborativa e na *gamificação*, pode ser utilizada como ferramenta para a transformação do sofrimento no trabalho, auxiliando na autonomia e criatividade, através do incentivo por soluções de problemas.

Segundo Eugenio Tiago, (2020, p. 82) “com a gamificação é possível um nível de personalização que promove a autonomia e o senso de autodireção ajudando o aluno a dominar a própria aprendizagem”. Nas corporações, é através da educação corporativa, que pode ser possível desenvolver projetos educacionais focados no reforço da identidade do grupo e no fomento do protagonismo. Trata-se de um processo de aprendizagem, de criar sinergias e de promover uma conexão entre o grupo, fortalecendo as redes de apoio e reciprocidade. No trabalho colaborativo, o sujeito se percebe como capaz de superar desafios cognitivos, espelhando e se inspirando no outro. Os processos psicológicos, estão ligados aos processos afetivos e emocionais do indivíduo, e também são a maneira pela qual ele se relaciona com as outras pessoas e com o mundo ao seu redor. Por isso, a questão da saúde mental nas empresas deve passar pelo acolhimento da gestão, e fortalecimento da identidade da equipe de trabalho

A aprendizagem colaborativa pressupõe a participação dos indivíduos de uma

determinada comunidade, de modo que todos possam contribuir com seus conhecimentos para resolução de um determinado problema ou questão. O processo de aprendizagem é social, não linear e multilateral, retirando o professor do centro do conhecimento e difundindo-o por todos os membros do grupo (Montes, p. 40, 2016).

A aprendizagem colaborativa poderia então, buscar os pressupostos teóricos nas tendências pedagógicas da escola sociointeracionista que tem como grande referencial Vigotski. Segundo La Taille, et al, (2019) Vigotski tem em seus pressupostos básicos a ideia de que, o ser humano se constitui como tal na sua relação com o outro através da socialização. Esta relação ocorre através do processo de mediação no conhecimento, onde o sujeito é capaz de operar mentalmente sobre o mundo. No ambiente corporativo, os jogos podem ser uma ferramenta mediadora que auxiliam, tanto no desenvolvimento de conteúdos técnicos, bem como na aplicação de práticas comportamentais, que podem auxiliar no enfrentamento de conflitos estressores no ambiente de trabalho. Segundo Eugenio, (2020, p. 59), “gamificação é uma estratégia, que usa os elementos do pensamento, e da estética dos jogos no mundo real, visando à modificação do comportamento das pessoas”. Os jogos trabalham tanto com desafios cognitivos quanto desafios emocionais, como: senso de competência, senso de superação, sensação de conquista e senso de cooperação (Eugenio, 2020). Do ponto de vista psicológico, podemos entender os jogos como um veículo para o desenvolvimento social, emocional e intelectual dos indivíduos.

### **Procedimentos metodológicos**

O presente estudo está pautado em uma pesquisa de natureza qualitativa, descritiva e intervencionista, que através do método da pesquisa-ação, desenvolveu práticas educativas de *gamificação* em equipes de vendas em duas empresas de *telemarketing*. Segundo Michel Thiollent (1986), pesquisa ação é um tipo de pesquisa social realizada para a resolução de um problema coletivo no qual os pesquisadores e os participantes estão envolvidos de modo cooperativo numa relação horizontal. Neste estudo, a problemática está pautada em como a prática educativa *gamificada* pode contribuir para a saúde mental no ambiente laboral, por isso, o problema que se pretendeu “resolver” com a utilização da metodologia-ação, foi melhorar a sensação de bem estar subjetivo nas trabalhadoras. Thiollent (1896), orienta que na primeira etapa da pesquisa seja realizado um seminário com todos os participantes para elaboração do plano de ação, bem como utilização deste encontros para reforçar a importância do compromisso do grupo na tomada de decisões.

Segundo Thiollent (1986), os seminários propostos na pesquisa-ação, poderão ser realizados de maneiras convencionais como entrevistas, reuniões e questionários. É importante destacar que a pesquisa-ação leva em consideração o saber popular e o saber espontâneo trazido pelo grupo, e propõe que através do vínculo e do diálogo discursivo, se estabeleça “um vínculo intelectual” entre participantes e pesquisadores (Thiollent, 1986). Nestes encontros são importantes a definição do tema e dos problemas da pesquisa, bem como a delimitação dos grupos participantes, acompanhamento e avaliação das ações e definição da divulgação e dos resultados obtidos. Desta forma, em ambas empresas para coleta de dados, foram realizadas reuniões com os gestores e grupos focais com as equipes de vendas, onde foram definidos os objetivos, bem como, levantamento de necessidades. Em organizações, os grupos focais auxiliam na introdução de programas, na aprendizagem organizacional, no diagnóstico, assim como na geração de novas idéias (Gondim, 2003).

A escolha pelos grupos focais se deu por se tratar de um processo dialógico entre participantes e pesquisadora, e que apesar dos objetivos direcionados, propõe uma relação horizontal que permite tanto concordar quanto discordar das opiniões, pressupondo a construção de um objetivo comum. Foi acordado na reunião que, os supervisores ficariam responsáveis pelo o acompanhamento da prática educativa, através das rodas de conversas durante as reuniões no início dos turnos; a equipe de vendas se comprometeu em participar criticamente nas práticas, e a pesquisadora se propôs a corroborar com sua experiência participando como moderadora das ações. Segundo Gondim [...] o moderador de um grupo focal assume uma posição de facilitador do processo de discussão, e sua ênfase está nos processos psicossociais que emergem, ou seja, no jogo de interinfluências da formação de opiniões sobre um determinado tema” (Gondim, 2003, p. 151) Para coleta de dados, também foi utilizado formulário do google forms, com perguntas sobre estresse e ansiedade no ambiente laboral, inspiradas no Questionário de Estresse no trabalho de Paschoal e Tamayo 2004.

### **Público Alvo**

Os universos pesquisados foram duas corretoras de seguros, no segmento de vendas de seguros através do *telemarketing*, que neste estudo foram chamadas de empresa A e empresa B. Todos os encontros ocorreram nas dependências das empresas durante o expediente dos funcionários - sala de treinamento, sala de reuniões, pátio externo e refeitório. Na empresa A,

ocorreu a *Gamificação Viagem ao mundo da Persuasão* com objetivo de melhorar o bem estar subjetivo e fomentar o conhecimento técnico, realizada no período de maio de 2023. O grupo participante foi constituído por uma das equipes dos “projetos especiais”, que vendem produtos secundários aos clientes da base da empresa. A equipe foi constituída de 17 pessoas, todas mulheres com idade entre 30 a 46 anos; tempo de empresa variando de 2 a 12 anos; 90% mães; 55% solteiras e 45% com companheiros; 30% com graduação incompleta, e 100% com ensino médio completo. Na empresa B, foi realizada a *Gamificação Divertidamente*, os objetivos foram o entendimento das percepções sobre ansiedade e estresse no trabalho, bem como fomento de bem estar. O grupo participante foi do setor de venda ativa, constituído por 12 pessoas, apenas um homem, idades entre 18 a 37 anos; tempo de empresa variando 1 a 4 anos; 40% mães, 66% solteiras; 34% com companheiros; 50% com graduação incompleta, e 100% com ensino médio completo.

## **Relato e Problematização**

### ***Empresa A - Gamificação: Viagem ao fantástico mundo da persuasão***

Na empresa A, ocorreu a *Gamificação: Viagem ao fantástico mundo da persuasão*, e foram realizados em 10 encontros, durante 5 semanas. Iniciamos com a prática de grupos focais para levantamento de ideias e sugestões de temas para a gamificação. Um grupo focal “consiste na interação entre os participantes e o pesquisador que objetiva obter dados através da discussão focada em tópicos específicos e diretivos (por isso é chamado de grupo focal)” (Lervolino; Pelicioni, 2001, p. 116). Um grupo de 17 pessoas é considerado grande para este formato de conversa, desta forma o grupo foi dividido, e foram realizados 2 encontros, com duração de cerca de 40 minutos cada. Junto às ideias de temas para treinamento, vieram inúmeras demandas em relação às dificuldades encontradas pelo grupo para atingir seus resultados em vendas. Em especial, as operadoras destes projetos, sentiam-se desvalorizadas, por não serem “incorporadas” no cronograma de treinamento - questão que ocorria pelo fato de serem mais antigas a empresa e estarem em um setor de maior rentabilidade.

Segundo elas, quando levavam até a gestão sobre a necessidade de treinamentos de reciclagem, as respostas eram até grosseiras ou sem sentido. Era dito que “elas já tinham todos os saberes necessários do negócio, ou também; ”vocês já conhecem o produto, falta é foco” (1º grupo focal, 2023). Outra participante relatou que em um *feedback* ouviu de uma das supervisoras que “elas já ganhavam bem o suficiente, que tinham que se

automotivar” (1º grupo focal, 2023). Foi necessário um certo cuidado ao fazer os relatos dos encontros à supervisão, pois apesar de certa “flexibilidade” no que tange a autogestão das vendedoras, percebia-se que as vontades dos líderes sempre estariam à frente de qualquer necessidade real da operação de vendas. Sobre situações como estas, Thiollent (1986) já nos precavava ao dizer que, a pesquisa-ação ao ser utilizada em espaços corporativos, está sujeita a um certo grau de fragilidade devido ao fato dos processos decisórios dependerem de uma gestão direta, que pode colocar seus interesses como exclusivos e prioritários.

Após o término da *gamificação*, como uma das avaliações individuais, foi realizado um questionário com 10 perguntas. As perguntas foram respondidas via *google forms*, no celular de cada participante, em sala de treinamento. Foi desenvolvido pelo *software Venngage* uma nuvem de palavras que ilustrou as palavras que mais se manifestaram. As perguntas estavam relacionadas a importância da *gamificação* em uma empresa de vendas, tanto para a melhoria de bem estar, motivação e aprendizagem. Na imagem, destacou-se a palavra Sim, referindo-se a maioria das avaliações positivas sobre a gamificação. As palavras - aprendizagem e descontraído, também evidenciaram as razões pelas quais, a grande maioria dos participantes relatou a experiência como positiva para o ambiente de trabalho. Uma das perguntas questionava o que mais havia motivado as vendedoras na *gamificação*. As opções eram: aprendizagem, competição, conquistas, entretenimento e relacionamento. 65% dos participantes responderam que o maior motivador havia sido a aprendizagem, palavra em maior destaque na nuvem de palavras.

No questionário do *google forms* uma das perguntas foi - “Você acredita que um treinamento, lúdico e descontraído, pode auxiliar na percepções de emoções mais positivas em uma empresa de vendas?” 90% respondeu acreditar que um treinamento neste formato pode auxiliar nas percepções positivas. Falas importantes referentes a esta resposta foram: “A gente consegue focar no treinamento de uma forma leve, pois essa área de venda é extremamente estressante, e quando a gente sai da linha para treinamento, dá uma motivação para voltar e colocar tudo em prática” (formulário viagem ao mundo da persuasão, 2023). Na última questão sobre críticas e sugestões, a maioria das participantes trouxe percepções positivas - “Desde o início até o fim, os treinamentos sempre foram o diferencial, se busca por mudanças e melhora pessoal, por isso, o treinamento é eficaz! Só elogios”; (formulário viagem ao mundo da persuasão, 2023). “Meu *feedback* em relação a esse treinamento foi super positivo, na semana da gamificação, percebi que trabalhei com mais leveza e vontade de conquistar meu cliente, sem medo e muito mais confiante” (formulário viagem ao mundo da persuasão, 2023).

### ***Empresa B - Gamificação Divertida Mente***

Os objetivos da *gamificação Divertida Mente* foram estimular o autoconhecimento para um melhor gerenciamento do estresse e da ansiedade no trabalho, com a utilização das ideias do filme *Divertida Mente* - foram realizados 10 encontros, durante 5 semanas. No primeiro encontro com a equipe participante, foi realizada uma roda de conversas para as apresentações pessoais, e posteriormente grupo focal com a explanação sobre as emoções no trabalho, através das ideias do filme *Divertida Mente*. No que tange a sentimentos e emoções, os participantes trouxeram algumas dificuldades em lidar com situações de estresse no trabalho, principalmente porque segundo eles “As metas estão cada vez mais difíceis”, (1º grupo focal, 2024)“ e “Mesmo assim existe muita cobrança, pois alguns operadores ainda conseguem atingir” (1º grupo focal, 2023). Uma questão importante a ressaltar e que foi comentado por vários dos participantes, foi que eles sentiam-se cansados e ansiosos naquela semana (1º grupo focal, 2023).

Diferentemente da Empresa A, onde a pesquisadora já conhecia bem o grupo pesquisado, na empresa B, as relações de proximidade foram construídas gradativamente, por isso, no segundo encontro foi aplicado um questionário sobre estresse e ansiedade no trabalho. O questionário foi realizado via *google forms*, inspirado no Questionário de Estresse no trabalho de Paschoal e Tamayo (2004) - 60% - responderam que o tipo de controle existente no trabalho às irrita; 50% que a falta de autonomia na execução do trabalho tem sido desgastante; 75% - que a comunicação existente entre o funcionário e superior é insuficiente e causa incômodos; 75% - fica incomodado com a falta de informações sobre as tarefas o trabalho. *No que se refere ao relacionamento com o chefe:* 60% sente que às vezes o superior o trata mal; 50% acredita que o chefe não valoriza seu trabalho. *No que se refere a crescimento e valorização;* 90% - sentem-se angustiados com as poucas perspectivas de crescimento.

Partindo desses pressupostos, entende-se as motivações para o estresse dos funcionários e a falta de energia de alguns, como mencionado em reunião, por alguns gestores. No entanto, questões como estas devem ser trabalhadas em uma abordagem macro pois, são questões relativas à qualidade de vida no trabalho, e muito maiores do que as possibilidades de abrangência da proposta de uma *gamificação*. Por isso, Thiollent, nos alerta que, “não se deve confundir- se sobre o real alcance da pesquisa-ação, pois o sistema social nunca é alterado duravelmente por pequenas modificações[.]” ( 1986, p. 43). Em nenhum momento, a pesquisadora buscou se eximir de sua responsabilidade, apenas, se viu necessário

reforçar à empresa o seu papel diligente, ativo e contínuo no processo que buscava empregar. A corporação, não poderia apenas supor que, uma ação paliativa, incitaria “mudanças esperadas nos comportamentos dos funcionários”, sem haver uma troca real de sentidos.

No terceiro encontro foi projetado o filme *Divertida Mente* que aborda emoções básicas como raiva, medo e alegria e seu funcionamento no cérebro de Riley uma menina de 11 anos. Desta maneira, de uma forma lúdica e com utilização de um jogo com imagens dos personagens, foi realizado um grupo focal, onde foi possível perceber o entendimento do grupo a respeito dos mecanismos para entendimento das emoções negativas no trabalho. A roda de discussão teve como objeto perceber a importância de reconhecer as emoções consideradas “negativas” e permitir se conectar à elas, como forma de auto reflexão. Um dos participantes mencionou “Quando estou com raiva, prefiro não falar com ninguém” (2º grupo focal, 2023), outra acrescentou - “A gente não tem que ser feliz o tempo todo né!” (2º grupo focal, 2023).

### **Análise dos Resultados**

Na empresa A onde foi realizada a *gamificação* viagem ao mundo fantástico da persuasão, os resultados foram mensurados pela participação do grupo durante as atividades, por avaliação de reação de treinamento, e por formulário de 10 perguntas via *google forms*, focado em percepções subjetivas após a gamificação. Das 17 participantes, apenas duas relataram não acreditar em mudanças significativas na motivação após a atividade. A nuvem de palavras desenvolvida pelo *software Venngage* demonstrou que, apesar da importância do fator entretenimento na *gamificação*, o que mais motivou a maioria dos participantes do grupo foi a aprendizagem. Na empresa B, dos 12 participantes, mais da metade relataram acreditar na construção de novas percepções sobre o autoconhecimento emocional. Os resultados demonstraram-se satisfatórios, pois em vários momentos as falas dos operadores declararam o interesse pessoal pela busca por autoconhecimento e regulação das emoções no ambiente de trabalho.

A metodologia-ação propõe uma instrumentalização, para que o indivíduo seja ativo e sujeito transformador, por isso neste exercício, percebemos uma relação com a práxis freiriana, que também pretende a emancipação pela via da educação. Através da criação de um espaço para a prática da criatividade e da espontaneidade, foi possível estabelecer uma relação dialógica com a realidade e as necessidades dos participantes. A criticidade foi reforçada pela horizontalidade no processo, pelas possibilidades de escolhas e

pelo dialogicidade, onde a pesquisadora foi moderadora, permitindo que os sujeitos fossem protagonistas. Entre as dificuldades encontradas, destacamos, o cronograma curto disponibilizado pelas empresas, principalmente em relação à carga horária diária de apenas 1 hora. A falta de continuidade e de acompanhamento nos processos, também é uma realidade recorrente, tendo em vista que muitas empresas não disponibilizam o espaço necessário para tais práticas. Desta forma, as empresas acabam por perceber processos educativos como estes, apenas como paliativos, o que realmente acaba por se tornar uma realidade, se não houver um interesse genuíno pela construção de um projeto de qualidade de vida no trabalho.

### **Considerações finais**

Os estudos sobre gênero e fatores de adoecimento mental no trabalho são recentes, e atualmente, inúmeros autores já indicam que, no ambiente de trabalho, as mulheres demonstram um maior nível de estresse psicológico em relação aos homens (Alais, et al., 2007; Sadir; Bignotto; Lipp, 2010, *apud* Fernandes et al., 2019). Diante dessa realidade, é fundamental que empresas adotem uma abordagem integral, que leve em consideração as dimensões emocionais, sociais e econômicas das mulheres. Desta forma, as políticas de recursos humanos das empresas devem ter um olhar direcionado para o bem estar emocional das mulheres, avaliando também as questões inerentes à vulnerabilidades e à discriminação existente na divisão social do trabalho. Segundo o Ministério da Saúde, para abranger o conceito de saúde, deve ser levado em consideração valores sociais, culturais, subjetivos e históricos. Sendo a saúde, uma busca por uma relação harmoniosa, que nos permite viver com qualidade, e que depende de relações mais solidárias e tolerantes com os outros.

A equidade pode ser construída através de uma cultura de cuidado, que proponha um processo dialógico e identifique as reais necessidades das profissionais. No ambiente corporativo os jogos reforçam o trabalho em grupo, os valores da equipe, auxiliam na socialização, e podem diminuir a ansiedade e a carga psíquica tensionada, através da criatividade espontânea. É papel das empresas auxiliarem seus funcionários ao encontro desta alquimia sublimatória, mas não somente através de atividades lúdicas e prazerosas, mas através da humanização do trabalho. Atividades como jogos e gamificação, podem contribuir para o bem estar subjetivo dentro das corporações, pois práticas pedagógicas como estas estimulam a criticidade e a criatividade, e podem auxiliar no processo de reforço da identidade do grupo, e conseqüentemente, no gerenciamento de estresse e ansiedade. Segundo Freire (2017, p. 72), “os oprimidos, nos vários momentos de sua libertação, precisam se

reconhecer como homens, na sua vocação ontológica e histórica de *ser mais*”. Sobre as características do Ser mais, Freire, nos elucida: consciência de si e do mundo e a identidade cultural, e, sonhar e ter esperança.

## Referências

ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho** - ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo, SP : Boitempo,2009.

BIROLI, Flávia. **Gênero e desigualdade: limites da democracia no Brasil**. São Paulo: BOITEMPO, 2018.

DEJOURS, Christophe, ABDOUCHELI, Elisabeth, JAYET, Christian. **Psicodinâmica do trabalho: contribuição da escola Dejouriana à análise da relação de prazer, sofrimento e trabalho**. São Paulo: Atlas, 1994.

DEJOURS, Christophe. **A loucura do trabalho: Estudo de psicopatologia do trabalho**. 5 ed. Editora Cortez: 1987 Disponível em: <https://drive.google.com/drive/search?q=a%20loucura%20do%20trabalho> Acesso em: 05/2023.

EUGENIO, Tiago. **Aula em jogo: descomplicando a gamificação para educadores** — São Paulo, SP: Evora. 2020.

FERNANDES, Jéssica; MORAES, Cristina; SILVA, Letícia; SILVA, Luana; NASCIMENTO, Mirela; PRETO, Vivian. **O estresse psicológico em relação ao sexo feminino e masculino no Brasil: uma revisão narrativa da literatura**. Disponível em: <https://unisaesiano.com.br/aracatuba/wp-content/uploads/2020/12/Artigo-O-estresse-psicologico-em-relacao-ao-sexo-feminino-e-masculino-no-Brasil-uma-revisao-narrativa-da-literatura-Pronto.pdf>. Acesso em: 10/2023.

FRANÇA, Limongi, C, A. **Qualidade de Vida no Trabalho - QVT: Conceitos e práticas nas empresas da sociedade pós industrial**. 2 ed. São Paulo: Editora Atlas S.A 2004. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2649486/mod\\_resource/content/1/LIMONGI-FRAN%C3%87A%202004%20Qualidade%20de%20Vida%20no%20Trabalho.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2649486/mod_resource/content/1/LIMONGI-FRAN%C3%87A%202004%20Qualidade%20de%20Vida%20no%20Trabalho.pdf). Acesso em: 08/2023.

FOUCAULT, Michael. **Vigiar e Punir: Nascimento da prisão**. Tradução: Raquel Ramalhete. 42ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

FERREIRA, Ivair. **Mulheres foram mais afetadas emocionalmente pela pandemia**. *Jornal da USP*. 2021 Disponível em: <https://www.fm.usp.br/fmusp/noticias/mulheres-foram-mais-afetadas-emocionalmente-pela-pandemia> Acesso em : 08/.2023.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. São Paulo: Paz e Terra, 2017.

GONDIM, Sônia. **Grupos focais como técnica de investigação qualitativa: desafios metodológicos**. Universidade Federal da Bahia. Paidéia, 2003, 12(24), p.149-161.

Disponível em: <https://www.scielo.br/j/paideia/a/8zzDgMmCBnBJxNvfk7qKQRF/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 03/2023

LA TAILLE, Yves, de la, OLIVEIRA, Kohl, Marta, DANTAS, Heloysa. **Piaget, Vigotski, Wallon: teorias psicogenéticas em discussão.** São Paulo: Summus, 2019.

LERVOLINO, Solange; PELICIONI, Maria. **A utilização do grupo focal como metodologia qualitativa na promoção da saúde.** Revista da escola de enfermagem, São Paulo, v. 35, n. 2 , p. 115-121, 2001. Disponível em:  
<https://www.scielo.br/j/reusp/a/kFzCC9Dfbfv7WzPNQbJZVmF/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 03/2023.

LE GUILLANT, L. **A neurose das telefonistas.** Rev. bras. saúde ocup. v. 12, n. 47, p. 7-11, 1984. Disponível em:  
<https://pt.scribd.com/document/281250799/LE-GUILLANT-a-Neurose-Das-Telefonistas>. Acesso em: 07/2023.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, História e Educação: construção e desconstrução.** Educação e Realidade, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 101-132, jul./dez. 1995. Disponível em:  
<https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71722/40669>. Acesso em: 18/03/24

MENDES, Ana, Magnólia. (org). **Psicodinâmica Do Trabalho, Teoria, Método e Pesquisas.** Casa do psicólogo, São Paulo: 2007. Disponível em: <https://pt.scribd.com/saved>. Acesso em: 04/2023.

MONTES, Marta, Teixeira, do Amaral. **Aprendizagem colaborativa e docência on-line.** Appris editora, Curitiba, PR :2016 Disponível em: <https://drive.google.com/drive/my-drive> Acesso em:08/.2023.

PASCHOAL, T; TAMAYO, A. **Escala de Estresse no trabalho, 2004.** Disponível em: [file:///home/chronos/u-7a0c1cac98e2ca025dc1f4451f5665cf6149b6ce/MyFiles/Downloads/ESCALA%20DE%20ESTRESSE%20NO%20TRABALHO\\_completa.pdf](file:///home/chronos/u-7a0c1cac98e2ca025dc1f4451f5665cf6149b6ce/MyFiles/Downloads/ESCALA%20DE%20ESTRESSE%20NO%20TRABALHO_completa.pdf). Acesso em: 01/ 2023.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa Ação.** São Paulo : Cortez Autores Associados, 1986. Disponível em: <https://marcosfabionuva.com/wp-content/uploads/2018/08/7-metodologia-da-pesquisa-ac3a7c3a3o.pdf>. Acesso em 01/ 2023.