

MESTRADO EM **Ciências Empresariais**

TRABALHO FINAL DE MESTRADO **DISSERTAÇÃO**

A IMPORTÂNCIA DA MÚSICA NO TRABALHO: UM CASO NUM
GRUPO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

FRANCISCA RODRIGUES FERNANDES COSTA GOMES

JÚRI:

PRESIDENTE: PROFESSORA DOUTORA CARLA MARIA
MARQUES CURADO, PROFESSORA ASSOCIADA DO ISEG,
UNIVERSIDADE DE LISBOA

VOGAIS:

PROFESSOR DOUTOR JOSÉ MANUEL DIAS LOPES,
PROFESSOR AUXILIAR CONVIDADO DO ISEG,
UNIVERSIDADE DE LISBOA

PROFESSOR DOUTOR JOSÉ MIGUEL ARAGÃO CELESTINO
SOARES, PROFESSOR AUXILIAR DO ISEG, UNIVERSIDADE
DE LISBOA

Novembro – 2016

MESTRADO EM
CIÊNCIAS EMPRESARIAIS

TRABALHO FINAL DE MESTRADO
DISSERTAÇÃO

A IMPORTÂNCIA DA MÚSICA NO TRABALHO: UM CASO NUM
GRUPO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

FRANCISCA RODRIGUES FERNANDES COSTA GOMES

ORIENTAÇÃO:

PROFESSOR DOUTOR JOSÉ MIGUEL ARAGÃO CELESTINO SOARES

Novembro – 2016

RESUMO

A crescente facilidade de acesso a novas tecnologias de audição de música e à internet, têm contribuído para uma nova era em que é natural ouvir-se música no local de trabalho: pelo computador ou através de aparelhos pessoais.

Apesar de existirem vários estudos que abordam a questão dos efeitos da música no desempenho dos trabalhadores, nenhuma investigação explorou, até à data, esta questão num grupo de funcionários e empresa específicos e reais, como no caso desta investigação.

Esta análise relata os resultados de uma pesquisa por questionário, que examinou as práticas de audição de música de um grupo de comunicação social, nos departamentos de marketing, eventos e redação de uma das revistas do grupo. Os inquiridos foram cerca de três dezenas (59) de funcionários dos três departamentos, que forneceram informações quantitativas e qualitativas sobre os padrões e experiências da audição de música no seu local de trabalho.

O foco deste estudo é explorar se a música é benéfica para os funcionários na promoção de uma maior produtividade e qualidade do local do trabalho, relevando os aspetos positivos da sua audição: concentração, inspiração e libertação de *stress*. Os funcionários relataram ouvir música durante toda a semana de trabalho em várias horas do dia, e revelaram ouvir uma grande variedade de estilos de música e artistas.

O estudo concluiu que a audição de música durante o tempo de trabalho melhora a produtividade e a qualidade do trabalho, e que quando o trabalho é muito stressante, a audição de música promove principalmente a criatividade, a concentração e o humor.

Palavras-chave: música no trabalho, bem estar no trabalho, comunicação social.

ABSTRACT

The growing and easy access to new technology concerning music devices and to the Internet, have contributed to a new era where it is natural to listen to music at the workplace, by using the computer or personal gadgets.

Although various studies address the effects music has on work performance, no investigation has explored, up to date, this topic concerning a specific and existing group of workers inside a media company. This analysis reports the results of a research using a questionnaire which examined the music listening habits of a group of workers from a media company in the marketing department, events and press staff of one of the magazines of the company. There were 59 respondents from the questionnaire belonging to the three departments providing quantitative and qualitative information concerning the music listening patterns and experience in their workplace. The focus of this study is to explore if music is beneficial for workers in promoting a greater productivity and quality of their work, revealing positive aspects of their listening: concentration, inspiration and stressrelief. Workers reported listening to music during the work week many hours per day, and also reported listening to a great variety of music genre and artists. The study concludes that listening to music during work hours improves work productivity and when work is too stressful, listening to music promotes mainly criativity, concentration and humor.

Key words: music at work, well being at work, media.

ÍNDICE

RESUMO	i
ABSTRACT	ii
ÍNDICE.....	iii
LISTA DE TABELAS	v
AGRADECIMENTOS	vi
1 INTRODUÇÃO.....	1
2 REVISÃO DA LITERATURA.....	3
2.1. Contextualização.....	3
2.2. Evolução da música no trabalho	4
2.2.1 Pré Industrialização.....	4
2.2.2 Industrialização	4
2.2.3 Industrialização <i>Fordista</i>	5
2.2.4 Pós-Industrialização	5
2.3. Abordagem positiva da música no trabalho: Música como potenciadora de estados de espírito benéficos para o alcance de objetivos organizacionais	6
2.4. Importância dos diferentes tipos de personalidade na escolha de música	10
2.5. Abordagem negativa da música no trabalho	12
2.6. Proximidade e Semelhança entre Música e Gestão Organizacional: “Musicalidade Organizacional”	13
3 METODOLOGIA	19
3.1. Metodologia e pesquisa	19
3.2. Participantes	19
3.3. Inquérito.....	20
3.4. Perguntas de pesquisa	21

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS -----	22
4.1. Que tipo de música ouvem os funcionários -----	22
4.2. Quantidade de música ouvida semanalmente e atividades realizadas -----	25
4.3. Razões da audição de música no trabalho -----	26
4.4. Razões para não se ouvir música no trabalho -----	30
4.5. Atenção e cuidado com os colegas -----	30
5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES -----	32
Referências Bibliográficas -----	35
Anexo -----	41

LISTA DE TABELAS

Tabela I: 10 estilos de música mais ouvidos no local de trabalho -----	22
Tabela II: 10 artistas/bandas de música mais ouvidos no local de trabalho -----	23
Tabela III: Canais de Rádio e Aplicações para ouvir música -----	24
Tabela IV: Atividades realizadas enquanto os funcionários ouvem música -----	26
Tabela V: Efeitos/Funções da audição de música na realização de tarefas -----	27
Tabela VI: Funções da música e comentários dos inquiridos -----	28
Tabela VII: Ocupação profissional mais stressante vs Efeitos da música -----	29

AGRADECIMENTOS

Esta deveria ser a secção maior da dissertação para poder agradecer, devidamente, a todos os que me acompanharam neste processo, que teve início no dia em que me inscrevi neste Mestrado, no ano letivo 2014-2015 até 2016. Desta forma, só me resta deixar algumas palavras a cada um que me ajudou a cumprir, direta ou indiretamente, os meus objetivos e a realizar mais uma etapa da minha formação académica.

Ao Professor Doutor José Miguel Soares, deixo o meu profundo agradecimento pela orientação e apoio incondicionais. Impossível não salientar a grande disponibilidade que sempre demonstrou em todas as minhas dúvidas, das mais pertinentes às mais óbvias, e da simpatia contagiante que me ajudou muito a não perder o ânimo de terminar a dissertação.

Aos Meus Colegas de Mestrado, principalmente ao Gonçalo Bernardino, Jenifer Duarte, Miguel Abrantes e João Bacalhau, pela amizade, companheirismo e principalmente por terem sido um dos fatores mais importantes na realização desta dissertação, e por terem permitido que cada dia do Mestrado, fosse encarado com maior motivação.

Ao grupo de comunicação social e aos departamentos em questão deixo um enorme agradecimento, por terem demonstrado, desde a minha primeira abordagem, total disponibilidade para receber o meu inquérito e para respondê-lo atempadamente, tal como pedido.

Às minhas melhores amigas, Catarina e Francisca, agradeço por toda a paciência e desabafos e por nunca me deixarem desanimar em épocas de exames e em todo o processo de realização da dissertação.

Ao Vasco, faço um agradecimento infinito, por ser, em tudo, o meu maior apoio e por toda a paciência que sempre teve em fases mais stressantes do Mestrado, que me tornavam numa companhia não tão boa.

Finalmente, aos Meus Pais e Irmãs, deixo o mais sentido agradecimento. Aos meus pais por me terem dado sempre todas as possibilidades e oportunidades de enriquecer a minha vida académica, e às minhas irmãs, por me guiarem nesta jornada que foi o Mestrado, pelo bom exemplo que são.

1. INTRODUÇÃO

A música faz parte da nossa vida desde a pré-história e pode ser descrita como uma linguagem universal (Kemper & Danhauer, 2005).

Sem dúvida que os sucessivos e intermináveis avanços tecnológicos possibilitaram que a música chegasse de qualquer forma a qualquer lugar. Se antes era por rádio, hoje em dia chega também através dos inúmeros aparelhos de áudio que existem. Tanto na vida pessoal como na vida profissional a música tem sido cada vez mais relacionada com a promoção de personalidades benéficas à criação de um bom ambiente de trabalho para os funcionários. Qualquer empresário sabe que o principal ativo que tem na sua empresa são as pessoas, e que é essencial manter o seu funcionário satisfeito.

Desta forma é fundamental compreender como a música influencia a produtividade do trabalhador e a satisfação no seu trabalho de forma a criar condições benéficas para as duas partes, organização-empresário e funcionários.

É de salientar que todas as pessoas têm personalidades diferentes e por isso ouvem músicas diferentes, relevando a importância de compreender como é que a seleção musical individual pode, ou não, afetar a produtividade do trabalhador. Ainda a nível individual, a música é cada vez mais ouvida com auscultadores, possibilitando por um lado essa seleção musical e, por outro, afetando a relação com colegas. Aqui aproximamo-nos de uma abordagem menos positiva da questão da audição de música no trabalho, à qual podemos acrescentar outra observação: em muitas tarefas mais complexas, a música pode ser menos benéfica para o funcionário.

Neste sentido, o objetivo fulcral desta dissertação é compreender as experiências e os padrões de audição de música num grupo de comunicação social. Mais concretamente:

- Porque é que os funcionários ouvem música enquanto trabalham?
- Quais as tarefas que desempenham enquanto ouvem música?

Para investigar qual o uso e as funções correntes da música, é essencial estudar o comportamento de um grupo específico de funcionários, desta forma este estudo tem foco nos que escolhem ouvir música enquanto trabalham. Na medida em que estes funcionários consideram a música útil no trabalho, eles fornecem uma amostra adequada para estudar porque é que a música é importante, e quais as funções que desempenha no estado de espírito do funcionário.

Este trabalho encontra-se dividido em cinco capítulos, o primeiro correspondendo a esta Introdução.

O segundo capítulo consiste na Revisão da Literatura, onde será apresentada, por exemplo, a evolução da música no trabalho e a abordagem positiva da música no local de trabalho.

O capítulo seguinte consiste na explicação da Metodologia utilizada, e será concluído com as perguntas de pesquisa deste trabalho.

No quarto capítulo será feita a análise e a apresentação dos resultados obtidos, e por fim, no quinto capítulo serão descritas as conclusões do trabalho, as recomendações para o futuro e as limitações encontradas.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1. Contextualização

Os primeiros estudos sobre a música no trabalho surgiram a partir da relação estudada entre o estado de espírito dos funcionários e a sua produtividade (Biset-Bentchikou, Estache & Ginsburgh, 2014). A música afeta várias situações ao longo da nossa vida, tanto a nível pessoal como profissional. Para DeNora (2000), e Thayer, Newman e McClain (1994), se pusermos a música certa, de acordo com os gostos pessoais de cada um, todas as tarefas são realizadas de uma forma mais fácil. Neste sentido surge o tema analisado por vários autores relativamente à pertinência da seleção musical pessoal e individual, uma vez que pessoas diferentes ouvem músicas diferentes (Rentfrow & Gosling, 2003; Ladining & Schellenberg, 2012).

Todos nós sabemos que a música tem um poder estranho que mexe com o nosso íntimo. Tem algo que afeta as nossas habilidades enquanto seres humanos. A música direciona-nos até uma força de criatividade inexplicável, promovendo estados de espírito benéficos ao ambiente de trabalho da maioria dos funcionários (Sloboda, 2000; Lesuik, 2005; Haake, 2006; Biset-Bentchikou *et al.*, 2014).

Desta forma, existem inúmeras abordagens que correlacionam a música e o ambiente empresarial e organizacional, como por exemplo estudos que se interrelacionam e exploram a evolução da música no mundo do trabalho desde meados do século XIX até a atualidade (Jones & Schumacher, 1992; Kemper & Danhauer, 2005; Jones, 2005; Korczynski & Jones, 2006; Prichard, Korczynski & Elemen, 2007; Haake, 2011; Smith, 2012; Ahlawat, Batra & Sharma, 2012; McDonald, 2013) e outros estudos que exploraram algumas desvantagens da música revelando a possibilidade de perturbar em tarefas mais complexas (Oldham, Cummings, Mischel, Schmidtke & Zhou, 1995; Haake, 2006).

2.2. *Evolução da música no trabalho*

Para Kemper e Danhauer (2005) e Smith (2012) a música é usada desde a pré-história para melhorar a saúde pessoal e diminuir o *stress*, e pode ser descrita como uma linguagem universal.

Nos anos 1800 e 1900 as indústrias mais silenciosas, como a dos cigarros, encorajavam os funcionários a cantar. Devido aos vários estudos que na altura defendiam os benefícios da música no trabalho, em 1930 algumas empresas chegavam mesmo a contratar músicos e bandas para o local de trabalho (Ahlawat *et al.*, 2012).

Para Prichard *et al.* (2007) a história da evolução da música no local de trabalho distingue-se em quatro fases principais:

- *Pré-industrialização*

Nesta fase a música era cantada pelos trabalhadores enquanto trabalhavam. Era muito comum nas ocupações profissionais mais populares em Inglaterra, antes da industrialização. Alguns exemplos de profissões mais comuns desta época eram: tecelões; agricultores; cavaleiros; marinheiros; trabalho doméstico e sapateiros.

A música acompanhava também o trabalho manual não mecanizado nos grupos de trabalho das prisões e nas tarefas dos escravos.

Na maioria dos casos a música era utilizada para coordenar e dar ritmo ao trabalho.

Ainda nesta fase, a música era utilizada como uma forma de dar voz aos trabalhadores permitindo que eles se queixassem através daquilo que cantavam.

- *Industrialização*

Nesta altura cantar era um dos costumes *folk* visto pelos trabalhadores como uma forma hostil de disciplinar as fábricas na revolução industrial. O barulho da maquinaria era um forte obstáculo às cantorias dos trabalhadores. Esta imposição de silêncio nas fábricas revelou o aumento da intenção dos gestores em quererem controlar o “*soundscape*” no trabalho.

Em 1913, Jaques Vernes tentou dar início ao movimento nacional para introduzir música numa fábrica. Na altura acreditava-se que a eficiência industrial estava a reduzir porque os trabalhadores não cantavam enquanto trabalhavam (Prichard *et al.*, 2007).

- *Industrialização Fordista*

Jones e Schumacher (1992), Korczynski e Jones (2006) e ainda Jones (2005) estudaram a reintrodução da música no trabalho analisando a forma de emissão de música a partir de alto-falantes nas várias fábricas dos EUA e Reino Unido em 1940. Os autores concluíram que a emissão de música em várias fábricas, ao ser relacionada com os resultados de produtividade e cansaço dos trabalhadores, traduziu-se num aumento da emissão de música no trabalho pelos seus resultados benéficos. Esta observação foi crucial para apoiar as decisões dos gestores sobre a emissão de música no sector privado e público no local de trabalho.

Prichard *et al.* (2007) sublinham que nesta fase surgiu uma das maiores oportunidades de pesquisa na sociologia da música, o chamado consumo da música em tempo e espaço real no terreno das fábricas.

- *Pós-industrialização*

Com o aparecimento de oportunidades individuais para os trabalhadores regularem o seu trabalho através do uso de aparelhos de som particulares (por exemplo: leitores de MP3), surgiram papéis importantes para a música na regulação do trabalho contemporâneo. O aumento da facilidade de acesso às tecnologias e equipamentos tecnológicos que produzem música nos séculos XX e XXI contribuiu para uma nova era de se ouvir música nos escritórios onde os funcionários passaram a utilizar computadores e equipamentos de música individuais (Haake, 2011; McDonald, 2013).

2.3. *Abordagem positiva da música no trabalho: Música como potenciadora de estados de espírito benéficos para o alcance de objetivos organizacionais*

O bem-estar é mais do que ausência de doença, bem como os efeitos da música e as razões por que as pessoas ouvem música no trabalho, são mais complexas do que a única capacidade da música reduzir o *stress*.

Se a música tem a habilidade de induzir personalidades positivas, pode facilmente assumir-se como uma ferramenta poderosa para aumentar o bem-estar no local de trabalho, e consequentemente a produtividade.

A maioria dos estudos sobre a música no trabalho começaram na relação estudada entre o estado de espírito dos funcionários e a sua produtividade (Biset-Bentchikou *et al.*, 2014).

Haake (2006) estudou a necessidade de haver um foco em enaltecer o bem-estar psicológico no trabalho, e também a enorme acessibilidade a dispositivos individuais de som nos locais de trabalho na atualidade.

Por sua vez, Lesuik (2005), no seu estudo sobre o efeito da música numa empresa de criativos informáticos, concluiu que a música é benéfica para criar emoções, personalidades positivas, promover a qualidade do trabalho e reduzir o *“time-on-task”*. Foi visível o decréscimo na qualidade de trabalho na semana em que os funcionários não podiam ouvir música. Nas semanas com música, para além do aumento da qualidade do trabalho, verificou-se também uma diminuição do tempo em cada tarefa (*“time-on-task”*). O estudo dos hábitos de se ouvir música passa também pela análise de vários fatores, como por exemplo: qual o tipo de seleção musical, qual a duração da música que se ouve, e qual a mudança de um tipo de música para outro. Estas questões estão relacionadas com personalidades positivas dos funcionários, com a sua produtividade e com a sua satisfação no trabalho. É de salientar que a autora fez uma análise de cinco semanas de trabalho em que na quarta semana se retirou a música aos trabalhadores. Reparou-se que na semana posterior à

sem música, houve um aumento e melhoramento significativo de sentimentos positivos nos funcionários demonstrando e reforçando o benefício de se ouvir música na realização de tarefas.

Para um *designer* informático ter resultados positivos e uma produtividade elevada precisa de ser criativo. Esta necessidade de criatividade gera um tipo de profissão com bastante pressão que provoca *stress* e personalidades menos positivas (Sternberg & Lubart, 1999).

Outros autores, como Schellenberg (2001) e Thompson, Schellenberg e Husain (2001), também associam a música à promoção de personalidades mais positivas. Mais concretamente, o desempenho em tarefas que incluam música aumenta o estado de excitação, permitindo aos funcionários terem um melhor desempenho. Desta forma, desenvolvem uma facilidade maior em criar soluções criativas para qualquer problema.

Há duas possibilidades que o funcionário pode considerar ao selecionar uma música para o relaxar: a familiaridade com a música e o tipo de música. Stratton e Zalanowski (1984) concluíram que a preferência, a familiaridade e as experiências passadas com a música, contribuem mais facilmente para um comportamento melhor e personalidades mais positivas.

A familiaridade com a música promove um aumento e melhoramento eficaz do desempenho dos funcionários. Um exemplo relevante desta realidade está no estudo de Lesuik (2000) em que numa comunidade de criadores de *software* de computador, o grupo com o maior tempo a ouvir uma música que lhe era familiar atingiu mais rapidamente os objetivos pretendidos. A autora sugere aqui uma certa sincronia entre a música e as tarefas dos funcionários, promovendo assim uma relação positiva entre tarefas e música, afirmando que ouvir música evoca um humor mais positivo, aumentando em troca o desempenho em tarefas que precisam de criatividade. Quando se retira a música, os criativos experienciam

efeitos negativos dessa remoção, como por exemplo: diminuição de respostas positivas de humor, diminuição da qualidade de trabalho e aumento do tempo em cada tarefa.

Sloboda e O'Neill (2001) reportam que em apenas 13% do tempo em que se ouve música é que pode resultar em algo negativo.

Um em cada cinco funcionários sofrem de *stress* no trabalho. O *stress* pode reduzir a produtividade em particular quando se manifesta como uma redução do bem-estar psicológico do funcionário (Perrewé *et al.*, 2002; Donald *et al.*, 2005).

No estudo de Haake (2006) os inquiridos tinham que escolher uma das funções da música com a qual concordassem mais. Aqui, as três funções principais associadas à influencia da música no ambiente de trabalho foram:

- i) “a música melhora o meu estado de espírito”;
- ii) “ajuda-me a relaxar”;
- iii) “faz-me mais feliz”.

Os resultados do estudo de Haake (2006) indicam que ouvir música no trabalho permite que os funcionários regulem a sua personalidade e aumentem os níveis de relaxamento. Assim, podemos diferenciar quatro funções que a música pode desempenhar na promoção do bem-estar no trabalho (Haake, 2006):

i) Terapêutica – na medida em que ao ouvirem música projetam personalidades negativas e reduzem o *stress* que têm, sem terem que se comportar de uma forma inapropriada no trabalho.

Aqui a música assume um processo catártico;

ii) Inspiradora – música ligada ao conceito espiritual por promover experiências espirituais (Sloboda, 2000). Ao fornecer uma experiência inexpressável no trabalho, parece que a música tem a capacidade de estimular os funcionários num ambiente mais quantificável e palpável;

iii) Relaxadora – uma vez que reduz o *stress* (Donald *et al.*, 2005; Perrewé *et al.*, 2002);

iv) Promotora de estados de espírito positivos – música entendida no trabalho como algo que os funcionários controlam, podendo assim influenciar positivamente o seu desempenho no trabalho em tarefas não complexas, como por exemplo: ser mais simpático para os clientes ao telefone ou manter-se mais positivo numa situação stressante (Oldham *et al.*, 1995).

Haake (2011) estudou ainda os padrões de ouvir música fazendo uma experiência com cerca de 300 funcionários de escritório que ouviam música selecionada e revelou ter efeitos positivos nas personalidades e na distração no desempenho de tarefas, mas também na inspiração, concentração, libertação de *stress* e gestão de espaço pessoal.

Relativamente aos trabalhadores, a música pode aumentar o desempenho em tarefas relativamente não-complexas, reduzir a mudança de trabalho, e melhorar em geral o humor do trabalhador em relação ao trabalho (Oldham *et al.*, 1995).

Reybrouck (2004) e Hagen e Bryant (2003) alertam nos seus estudos que existem alguns tipos particulares de música que, em conjunto com fatores demográficos, permitem que os gestores alterem o grau de experiência e de comportamento dos seus trabalhadores e consumidores. Associado a este alerta, DeNora (2002) afirma que a música fornece uma fonte

para o desempenho de identidades de consumo, bem como um sentido de forma, tempo e ritmo para as práticas dos serviços.

Alguns estudos sobre a música no trabalho debruçam-se sobre a importância dos laços sociais, a construção de comunidades no ambiente de trabalho, e as abordagens ambivalentes ou resistentes por parte dos gestores relativamente ao desempenho musical dos trabalhadores (Korczynski, Robertson, Pickering & Jones, 2005; Nissley, 2002). Vários gestores usaram explicitamente o desempenho da música através de músicas corporativas para desenvolver a cultura da empresa (Nissley, Taylor & Butler, 2003).

O IBM Songbook (El-Sawad & Korczynski, 2007) é o melhor exemplo do sucesso da utilização de música para criação da cultura de uma empresa. Os gestores e funcionários da IBM representam então um caso de sucesso por terem difundido a música corporativa da empresa. No entanto, nos países ocidentais há uma ausência generalizada desta difusão. Não é habitual os funcionários ocidentais utilizarem música para se envolverem ativamente na criação de significado relativo à empresa onde trabalham (Nissley *et al.*, 2003).

Os resultados do estudo de Haake (2006) sugerem que a música promove o bem-estar do funcionário induzindo a personalidades positivas, e no trabalho melhora o seu desempenho, uma vez que melhora a capacidade de lidar com situações stressantes aumentando também o número de atitudes positivas entre colegas e clientes.

Por fim, outro ponto a ter em consideração é a importância da seleção pessoal de música na melhoria do bem-estar e desempenho no trabalho.

2.4. Importância dos diferentes tipos de personalidade na escolha de música

Vários estudos sobre a seleção pessoal de música no dia-a-dia revelam que está várias vezes relacionada com estratégias de gestão (DeNora, 2000; Thayer *et al.*, 1994).

Para a música ter uma intervenção eficaz, é necessário estabelecer e definir preferências musicais individuais que forneçam aos participantes o controlo sobre a seleção musical.

Como consequência são cada vez mais criadas oportunidades para aumentar a audição individual de música no trabalho (Haake, 2006).

Rentfrow e Gosling (2003) e Ladining e Schellenberg (2012) afirmaram que pessoas diferentes preferem tipos de música diferentes:

As pessoas com fortes preferências por música clássica, *jazz* e *folk* têm tendência a ter uma personalidade mais aberta (criatividade, imaginação e capacidade verbal). Por sua vez, as pessoas com gosto por música popular tendem a ter uma personalidade agradável, amistosa, calorosa e de confiança, mas com um nível reduzido de abertura.

Todos estes fatores definem se a música pode, ou não, ser benéfica para o desempenho das tarefas dos funcionários.

Apesar do ambiente positivo que a música geralmente promove no trabalho, Lesuik (2005), alerta que quando se investiga os efeitos que a música provoca na ansiedade de cada trabalhador e nas tarefas que desempenha, é necessário considerar traços de personalidade diferentes e particulares. Lesuik (2008) realizou um estudo com um grupo de controladores aéreos, e observou que indivíduos mais extrovertidos com níveis altos e baixos de ansiedade, reduziram esses níveis ao ouvirem música ou em silêncio. Por sua vez, os introvertidos com altos níveis de ansiedade não demonstraram ter redução desse nível em nenhuma das situações (em silêncio ou com música).

Lehmann (1997) sublinha também esta questão dos diferentes traços de personalidade na análise dos efeitos da música, ao referir que pessoas emocionalmente sensíveis respondem fortemente à música, e que quanto mais conhecimento o indivíduo tiver de música maior é a sua resposta emocional.

Outra questão que Lesuik (2005) revelou no seu estudo, foi existir uma relação negativa entre a idade e a audição de música. Observou-se que quanto mais velhos os ouvintes, menos tempo passam a ouvir música no trabalho.

Outro resultado interessante é que os funcionários com mais traços positivos de personalidade são os que ouvem música mais tempo. Nesta perspectiva é interessante revelar os conceitos que Furnham e Bradeley (1997) utilizam para diferenciar os dois tipos de personalidade relativos à audição de música: Ouvintes Introversos - “*stimulus shy*” e ouvintes extroversos - “*stimulus hungry*”.

Finalmente, Lesuik (2005) confronta a ideia de Oldham *et al.* (1995) revelando que o tempo em que se ouve música tem uma correlação positiva com a criação de traços positivos de afeto nos funcionários, defendendo que quanto mais tempo o funcionário ouve música, maior será a criação de uma personalidade com características positivas.

2.5. Abordagem negativa da música no trabalho

Haake (2006) releva um ponto pertinente a ter em consideração na análise dos efeitos da música no trabalho: as consequências de se utilizarem auriculares pode por um lado promover o foco e concentração nas tarefas, mas ao mesmo tempo pode levar a sentimentos de exclusão social. O utilizar auriculares pode então provocar constrangimentos a nível social e na comunicação entre funcionários – os que não ouvem música com auriculares tendem a sentir-se frustrados. No entanto, apesar deste problema de comunicação relevado pelo autor, a maior parte dos funcionários que responderam ao seu inquérito explicam que a razão porque utilizam auriculares é apenas por se tratar de uma maneira mais prática de se ouvir música no trabalho.

Existem outras interpretações sobre a influência da audição de música individualmente ou partilhada entre os colegas de trabalho – por um lado pode resultar como um tema de conversa, tendo consequências positivas, mas por outro, pode diminuir a interação e a comunicação entre colegas quando o uso de auriculares os afasta.

Por sua vez, para um género de atividade mais complexa, Oldham *et al.* (1995) defendem que a música pode funcionar como uma forte fonte de distúrbio. Segundo os autores não

podemos dizer que a música promova a produtividade, em virtude de ser necessária uma maior concentração e atenção para a tarefa complexa.

2.6. *Proximidade e Semelhança entre Música e Gestão Organizacional: “Musicalidade Organizacional”*

A música é cada vez mais relacionada com o aumento da produtividade e com o desempenho em sectores industriais (Ahlawat *et al.*, 2012).

A música fornece um foco para os trabalhadores, promovendo algo onde podem ocupar a mente e diminuir a monotonia do trabalho e a fadiga (Sloboda & O'Neill, 2001), melhorar a criatividade (Lesiuk, 2005) e a produtividade e a moral (Haake, 2006).

Prichard *et al.* (2007) focaram o seu estudo numa pesquisa que vê algo distintivo no uso da música, tanto em gestão, como em práticas organizacionais, ou como base da compreensão do trabalho de uma organização. Neste sentido os autores, defendem que existem três direções que se podem assumir para relacionar música e trabalho:

i) A direcção mais importante e extensiva para os gestores é a literatura empírica sobre o papel e o impacto da música no ambiente de trabalho, como retratado em Oldham *et al.* (1995) e Korczynski *et al.* (2005).

ii) Outra das direcções sobre a questão, é a literatura que explora o que os estudantes podem aprender sobre música relativamente à gestão e organização, como explorado em Albert e Bell (2002).

iii) A última direcção, questiona quais as estruturas e os processos padrão entre a música e trabalho, conforme explorado por Adorno e Bernstein (2001).

Ainda em relação a este tema, existem outros artigos que exploram vários exemplos da questão em estudo - música no trabalho:

i) Sobre o que é que o rock nos diz sobre o entendimento de trabalho popular e organizações, estudado por Rhodes (2007);

ii) Uma análise de Sköld e Rehn (2007) relativamente à relação entre *hip hop*, música e organização;

iii) Como já referido anteriormente, o artigo que revela as complexidades, usos e significância do “*songbook*” do IBM como o ícone do negócio dos Estados Unidos no séc. XX, realizado por El-Sawad e Korczynski (2007).

As observações exploradas em Prichard *et al.* (2007) relevam pontos importantes que poderão servir de guião em como usar música para estender o controlo sobre os trabalhadores e também sobre os consumidores. Por exemplo, a música ambiente tem um impacto positivo nos consumidores fazendo com que gastem mais dinheiro (North, Tarrant & Hargreaves, 2003).

Por sua vez, o estudo de Haake (2011) revelou que os gestores podem usufruir beneficentemente ao reconhecerem a importância dos funcionários terem poder sobre a seleção musical enquanto trabalham. A autora fala-nos também desta multidimensionalidade da música no local de trabalho ser do interesse de terapeutas, *designers* de escritórios e criadores de tecnologias de música.

Já Smith (2012) revela que ouvir música no trabalho aumenta a satisfação no trabalho, e ao mesmo tempo revela que ouvir música errada ou não ouvir música, intensifica os níveis de ansiedade.

Vários estudos provaram que a música influencia o comportamento ocupacional dos trabalhadores, afetando a qualidade do trabalho, taxa de trabalho e a satisfação no trabalho (Oldham *et al.* 1995; Shih, Huang & Chiang., 2009).

Biset-Bentchikou *et al.* (2014) criam uma relação intrínseca entre música, marketing e dinheiro, afirmando que escolher a música ideal num centro comercial é uma forma de arte com um simples ponto de partida. Os autores fazem referência que existem vários livros de marketing que ensinam que a música está relacionada com a felicidade.

No estudo de Brief e Weiss (2002) há um foco nos pensamentos, ações e sentimentos dos funcionários no seu trabalho, bem como é que as organizações os afetam e como é que eles afetam as organizações. Os autores fazem ainda referência a um comportamento organizacional daí derivado. É salientada a importância que os líderes dão aos sentimentos dos seus “seguidores”, pois a música cria sentimentos semelhantes aos que um líder tem ou deveria ter, entusiasmo e excitação, e estes sentimentos podem ser seguidos pelos funcionários. Neste sentido existem várias teorias de que as atitudes formadas pelos membros de uma organização são fortemente influenciadas pelas pessoas com quem têm um contato frequente. Desta forma, é natural que os funcionários sigam o seu líder (Mowday & Sutton, 1993).

Fisher (2000) afirma que a satisfação no trabalho é muitas vezes descrita como uma resposta afetiva de um indivíduo ao seu trabalho, mas geralmente medido como uma avaliação cognitiva das funções do trabalho. O autor afirma que as experiências de humor e de emoções enquanto trabalhamos, representam uma verdadeira qualidade de vida profissional.

As empresas podem beneficiar de uma maior produtividade e qualidade no trabalho se cultivarem este hábito de ouvir música. Quando este hábito é criado desde o CEO ao funcionário, o ouvir música terá sempre um efeito positivo no estado de espírito dos trabalhadores (Lesiuk, 2005).

Já na época dos grandes filósofos, como Marx e Freud, a música e a metodologia do trabalho já tinham sido metaforicamente relacionadas (Carr & Hancock, 2003). Por exemplo, conforme referido pelos autores, Karl Marx fez uma ligação entre música e a gestão fazendo uma alusão às semelhanças entre um gestor e um maestro. Nesta interpretação é revelada um fluxo de trabalho que trata a música como a fonte que desvenda compreensões populares de trabalho e de organização. O tratamento mais potente e duradouro da música e da sua relação com o meio laboral (entendida como um fenómeno social e político) é encontrado no trabalho

de Adorno e Bernstein (2001). Os autores ainda argumentam que a música é um género de barómetro das estruturas sociais e culturais emergentes em qualquer sociedade, sendo o campo institucional onde todos os movimentos e mudanças aparecem antes de ser possível alcançar a sua articulação noutra lugar.

A relação da preferência de ritmo, harmonia e temporalidade é facilmente relacionada com a característica complexa e caótica de uma organização. O estudo de Cyphert (2001) salientou a musicalidade do esforço corporativo e dos desafios escolares, ao explorar as comunidades retóricas criadas pelos ritmos que os grupos de trabalho alcançavam ou desenvolviam quando se envolviam em tarefas complexas e coordenadas. Aqui a música é concebida no seu sentido mais amplo como propriedade do trabalho e organização. A musicalidade refere-se à nossa habilidade (ou não) de coordenar o nosso movimento ou respostas à música que está a ser emitida ou desempenhada.

Neste sentido, surge um conceito pertinente relativamente à questão em estudo – a “musicalidade organizacional” que se refere à nossa capacidade de adaptação às tarefas, i.e, ao seu ritmo, tonalidade e ressonância de maneiras que definem o grupo ou organização onde estamos incluídos. Voltando à análise de Carr e Hancock (2003) e ainda a respeito da conceptualização do conceito “musicalidade organizacional”, é feita uma observação interessante: o capital juntou os trabalhadores e o desencadeamento do esforço corporativo foi uma oferta para o capital. O esforço corporativo sob as relações capitalistas é apenas uma de muitas maneiras de organização em que o esforço produtivo é realizado através da cooperação. Por outro lado, muitas organizações económicas aproveitaram o excedente do esforço produzido pela “musicalidade organizacional”.

Hoskin (2004) relatou que os processos organizacionais que criam em nós um sentido incorporado de *timing* e espaço que inclui tempo, antecipação dos outros, e um sentido de como improvisar à volta de rotinas, torna a organização “mais facilmente possível”.

A satisfação no trabalho é uma variável de bem-estar relacionada que está ligada aos resultados dos comportamentos individuais e ao desempenho a nível unitário.

Para Appelbaum, Bailey, Berg e Kalleberg (2000) a oportunidade de os funcionários participarem na tomada de decisão que faz parte do Sistema de Elevado Desempenho dos Recursos Humanos, conduz à confiança entre funcionários e supervisores, e também a que os funcionários sintam que a experiência do seu trabalho é recompensadora. A confiança e recompensas intrínsecas são positivamente relacionadas com satisfação, por surgir a possibilidade e a liberdade de se ouvir música, também como fator potenciador de satisfação e bem-estar dos funcionários. Esta confiança adquirida pelo funcionário é benéfica para qualquer organização e qualquer gestor.

De acordo com Gerhart, Wright e McMahan (2000), o melhor ativo de uma empresa são os funcionários, as pessoas, pois a perceção do funcionário sobre as práticas de Recursos Humanos são mais importantes que as do gestor, porque estão ligadas de uma forma mais próxima aos funcionários.

As práticas de Recursos Humanos afetam o desempenho dos funcionários através da construção de uma força de trabalho motivada e bem informada, e pela criação de oportunidades que contribuam para alcançar objetivos estratégicos (Wright & Snell, 1998).

Desta forma, o objetivo fulcral de qualquer organização deverá ser mantê-los motivados e entusiasmados com o seu trabalho, uma vez que os gestores de linha são os responsáveis fulcrais pela comunicação aos funcionários sobre o seu trabalho, e pela informação organizacional como decisões, procedimentos e políticas (Den Hartog, Boon, Verburg & Croon, 2013).

Se essa motivação se mantiver pela criação e acessibilidade a todas as ferramentas que aumentem a produtividade dos funcionários, que aumentem a sua satisfação no trabalho, e

que o auxiliem no alcançar dos objetivos fulcrais da organização de uma forma mais rápida, como a audição de música, tanto melhor.

3. METODOLOGIA

3.1. Metodologia e Pesquisa

Este estudo examina, através de um inquérito, qual a música que é ouvida e quais as funcionalidades atribuídas à música no departamento de *marketing*, eventos, e redação de um grupo de comunicação social.

O inquérito inclui informação sobre o ambiente físico e social do escritório, investigando, desta forma, os efeitos da música num ambiente menos artificial.

A pesquisa realizada utiliza métodos qualitativos e quantitativos, investigando os funcionários do grupo de comunicação social, referidos inicialmente, que usam uma variedade de tecnologias na audição de música. Esta pesquisa acrescenta também mais informação a estudos anteriores que estudaram particulares dispositivos de audição em locais particulares de trabalho.

3.2. Participantes

A amostra é constituída por 59 participantes (40 mulheres e 19 homens) que trabalham principalmente com computador.

As ocupações profissionais incluídas no inquérito são marketing - gestor de marca (22); eventos – produtor de eventos (12); imprensa – jornalista (10); designer gráfico/paginador (9) e outra – repórter de imagem; operador de câmara; produtor/editor de vídeo (6).

Os inquiridos têm entre 18 e 65 anos, tendo a maioria entre 26-35 anos (22). Para facilitar a análise, podemos dividir em dois os grupos etários: o mais jovem (18-35, 36 elementos) e o mais velho (35-65, 23 elementos).

Os entrevistados na amostra foram inicialmente identificados através de contatos pessoais em cada departamento do grupo de comunicação social em estudo, usando a técnica de bola de neve (ou seja, incentivando cada funcionário de cada departamento a encaminhar o *link* por

email para outros colegas do mesmo departamento). Desta forma, a amostra (59) é limitada por ser de conveniência, incidindo apenas sobre os departamentos previamente selecionados.

3.3. Inquérito

O inquérito reuniu informações quantitativas (respostas múltiplas e escolhas forçadas) e qualitativas (perguntas abertas), conforme o questionário em Anexo.

Os dados quantitativos incluíram informações sobre a ocupação profissional, o nível de *stress* percebido, a quantidade de música ouvida por semana, as atividades que os funcionários realizam enquanto ouvem música, quais as tecnologias utilizadas na audição de música, grau percebido das escolhas, qual o grau de escolha da música que ouvem e quais as funções da música.

Por outro lado, as perguntas feitas no âmbito qualitativo, foram qual o tipo de música preferido no trabalho, quais as funções da música, e as razões porque não se deve ouvir música no trabalho.

O inquérito antes de ser enviado foi testado previamente para certificação da pertinência de todas as questões. A pesquisa por inquérito, por se centrar num questionário de autopreenchimento, e pelos inquiridos terem participado voluntariamente durante o seu horário de trabalho, tem uma dimensão reduzida, com o intuito de alcançar uma taxa de resposta tão satisfatória quanto possível. Desta forma, o questionário não incluiu escalas mais demoradas como por exemplo, inventários de traços de personalidade. O questionário foi enviado por *email* entre Abril e Maio de 2016.

Os inquiridos não foram questionados sobre nenhuma informação pessoal (nome ou contatos), e as questões pessoais foram unicamente sobre o seu grupo etário, género e ocupação profissional.

3.4. Perguntas de pesquisas

Desta forma, baseados na revisão da literatura e na metodologia adotada, podemos agora apresentar as perguntas de pesquisa, centrais para este estudo:

- Porque é que os funcionários ouvem música enquanto trabalham?
- Quais as tarefas que desempenham enquanto ouvem música?

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentados os resultados obtidos através das respostas aos questionários, e feita uma análise ao possível significado dessas mesmas respostas.

4.1. Que tipo de música ouvem os funcionários

Em uma pergunta de resposta aberta, os funcionários foram questionados sobre qual o tipo de música que mais ouvem no local de trabalho. O género mais mencionado foi *jazz*, *rock* e *pop* (Tabela I). Outros estilos mencionados foram música clássica, *chillout*, *house* e *indie*.

Tabela I: 10 estilos de música mais ouvidos no local de trabalho

Estilos de música mais ouvidos		
Top 10	Número de vezes mencionado	% do total de participantes/respostas (T=47)
<i>Jazz</i>	5	10,638%
<i>Rock</i>	3	6,383%
<i>Pop</i>	4	8,511%
Clássica	2	4,255%
<i>Chillout</i>	2	4,255%
<i>Indie</i>	1	2,128%
Anos 80	2	4,255%
<i>House</i>	2	4,255%
Brasileira	2	4,255%
RnB	3	6,383%

Fonte: Elaboração própria.

Alguns dos inquiridos especificaram ainda artistas e bandas em particular. Os artistas e bandas mais referenciados foram: Coldplay, Lana Del Rey e Kodakline (Tabela II). Vários funcionários afirmam ouvir música através do rádio, Spotify, Youtube e iTunes. A Tabela III mostra a frequência com que utilizam um destes aparelhos e aplicações.

Nestas questões foram registadas apenas 52 respostas, uma vez que 7 dos 59 inquiridos não ouviu música no local de trabalho. No entanto há cinco respostas impossíveis de serem contabilizadas. Uma delas foi “não dá para especificar (demasiados géneros, artistas/bandas)”; a segunda “Sendo editor de vídeo a música é uma das ferramentas de trabalho. Oiço todos os

estilos de música dependendo do vídeo, da sensação e da dinâmica que queremos dar ao vídeo”; a terceira estava apenas registada “Artistas”; a quarta resposta foi “demasiados géneros para escrever” e a última resposta dizia apenas “Músicos preferidos”. Desta forma, foram apenas contabilizadas 47 respostas como úteis para o estudo em questão.

É de salientar que os restantes funcionários mencionaram numa só resposta diferentes estilos, bandas, aparelhos e aplicações de audição de música (Rádio, Spotify, iTunes e Youtube).

Acrescenta-se ainda que como alguns funcionários não definiram o estilo de música preferido enumerando apenas as bandas/artistas que ouvem, e outros apenas definiram o estilo de música, sem mencionar qualquer banda ou músico, a contabilização do número de vezes que cada estilo, banda e aparelho de audição foi mencionado e a sua percentagem pelo total de respostas será analisado utilizando o valor 47 como o total de respostas/participantes.

Tabela II: 10 artistas/bandas de música mais ouvidos no local de trabalho

Artistas/bandas mais ouvidos		
Top 10	Número de vezes mencionado	% do total de participantes/respostas (T=47)
Lana del Rey	5	10,638%
Coldplay	3	6,383%
Beyonce	4	8,511%
Mumford&Sons	2	4,255%
Ben Howard	2	4,255%
Disclouser	1	2,128%
Kodaline	2	4,255%
Cinematic Orchestra	2	4,255%
Muse	2	4,255%
Seu Jorge	2	4,255%

Fonte: Elaboração própria.

Tabela III: Canais de Rádio e Aplicações para ouvir música

Canais de Rádio e Aplicações para ouvir música		
Canais de Rádio e Aplicação	Número de vezes mencionado	% do total de participantes/respostas (T=47)
Rádio (sem especificação)	3	6,383%
RFM	5	10,638%
Mega Hits	1	2,128%
Cidade Fm	1	2,128%
Rádio Comercial	5	10,638%
iTunes	2	4,255%
Spotify	5	10,638%
Youtube	2	4,255%

Fonte: Elaboração própria.

Alguns participantes descreveram as suas preferências musicais de uma forma mais completa que outros. Por exemplo:

“Tenho as minhas músicas no iTunes, por vezes uso o YouTube para ouvir algo novo. Oiço Bon Iver, Mumford and Sons, Ben Howard, M83, Jose Gonzalez, Sleeping at Last, Banks, Disclosure, Chet Faker, London Grammar, B Fachada, Lana del Rey, Caribou, Miguel, Radiohead, Surfjan Stevens, Kodamine, Snow Patrol, The National, Coldplay, Jungle, Silva, The Cinematic Orchestra”. Outros funcionários descreveram as suas preferências com muito menos detalhe: “Rádio”.

O contraste observado entre a primeira resposta e a segunda pode ser relacionada com Greasley (2008) que estudou os diferentes níveis de envolvimento entre os ouvintes de música. O autor observou que os ouvintes mais envolvidos com a música descrevem os seus gostos musicais de uma forma muito mais detalhada.

Lehmann (1997) sublinha também esta questão dos diferentes traços de personalidade na análise dos efeitos da música, ao referir que pessoas emocionalmente sensíveis respondem

fortemente à música, e que quanto mais conhecimento o indivíduo tiver de música maior é a sua resposta emocional.

Os resultados demonstram que existe uma grande variedade de estilos de música ouvidos pelos funcionários do departamento de marketing, eventos e da redação de uma revista do grupo. Foi comum mencionarem especificamente artistas de *rock* e *pop*, mas por outro lado, apenas um mencionou compositores e músicos clássicos. Neste sentido, é possível analisar que o total de estilos de música populares e contemporâneos (*pop, rock, indie, house, jazz*) ouvidos pelos funcionários é bastante superior à música clássica mencionada como preferida.

Podemos também constatar que os funcionários não têm nenhuma restrição na escolha do estilo de música no local de trabalho. Assim, é de salientar que nenhum funcionário deu indicação de que existe algum tipo de música imposto pela sua empresa, sendo que tem total liberdade para escolher a música que querem ouvir. Neste sentido vamos de encontro com o analisado por Haake (2006) na medida em que para a música ter uma intervenção eficaz, é necessário estabelecer e definir preferências musicais individuais que forneçam aos participantes o controlo sobre a seleção musical. Como consequência são cada vez mais criadas oportunidades para aumentar a audição individual de música no trabalho.

4.2. Quantidade de música ouvida semanalmente e atividades realizadas

A maioria dos inquiridos registou que ouviu música todos os dias da semana anterior. Cerca de 32,1% dos funcionários afirmaram ouvir música todos os dias e durante todo o dia, e 26,4% afirmou ter ouvido música igualmente todos os dias, no entanto apenas durante algumas horas do dia. É ainda de referir que 78,8% dos inquiridos afirmaram ouvir música com auscultadores enquanto fazem as suas tarefas e que o fazem quase sempre (75,6% do tempo). Neste sentido vamos de encontro com o que Schellenberg (2001) e Thompson *et al.* (2001) observaram quanto ao desempenho dos funcionários que ouvem música enquanto fazem as suas tarefas (Tabela IV).

Tabela IV: Atividades realizadas enquanto os funcionários ouvem música

Atividades realizadas		
Atividades	Número de vezes selecionada	% (T=52)
Escrita	33	63,50%
Contas/números	8	15,40%
Fazer intervalo/relaxar	10	19,20%
Falar com colegas	4	7,70%
Navegar na <i>internet/mailling</i>	23	44,20%
Tarefas diárias	35	67,30%

Fonte: Elaboração própria.

Os funcionários tiveram que selecionar no máximo 4 das 6 atividades mencionadas na Tabela IV. A análise foi feita contabilizando apenas 52 respostas, uma vez que 7 dos 59 inquiridos não ouvem música no local de trabalho.

A atividade mais vezes selecionada foi “tarefas diárias” do trabalho. Desta forma, podemos concluir que as tarefas diárias do trabalho de cada funcionário são feitas ao ouvir música. As tarefas menos comuns foram “falar com colegas”, “tarefas com contas”, e surpreendentemente, “fazer intervalo/relaxar”. Assim, podemos confirmar o observado por Schellenberg (2001) e Thompson *et al.* (2001) ao sugerirem que os funcionários ao incluírem música na realização das suas tarefas e objetivos, aumentam o seu estado de excitação, permitindo que tenham um melhor desempenho e uma facilidade maior em criar soluções criativas para qualquer problema.

4.3. Razões da audição de música no trabalho

Foram expostos 12 efeitos que a música pode ter sobre o funcionário. Desses 12 foi-lhes pedido que escolhessem no máximo 6 que considerassem mais pertinente.

As quatro funções mais vezes atribuídas ao ouvir música na realização de tarefas foram, respetivamente: “melhora a concentração”; “melhora o humor”; “bloqueia barulhos no local de trabalho” e “dá ritmo ao trabalho” (Tabela V). A amostra considerada para esta análise é de

52 funcionários, na medida em que 7 dos 59 inquiridos não ouvem música no local de trabalho.

Também no estudo de Haake (2011) foram revelados os efeitos positivos da música no humor, no desempenho de tarefas, na inspiração, na concentração, na libertação de *stress* e na gestão de espaço pessoal. Quanto à criatividade, Sternberg e Lubart (1999) observaram o exemplo de um *designer* informático que precisa de ser criativo para ter resultados positivos e elevada produtividade.

Esta necessidade de criatividade gera um tipo de profissão com bastante pressão que provoca *stress* e estados de humor menos positivos, e a música gere exatamente essa criatividade necessária. A função que torna a música impulsionadora de um trabalho ritmado vai de encontro com o estudado por Lesuik (2005) sobre o efeito da música numa empresa de criativos informáticos, onde concluiu também que a música é benéfica para criar emoções, personalidades e feitos positivos, e promover a qualidade do trabalho e que por dar ritmo à realização de tarefas, reduz o “*time-on-task*”.

Tabela V: Efeitos/Funções da audição de música na realização de tarefas

Efeitos/Funções da música		
Razões/Efeitos/Funções	Número de vezes selecionada	% (T=52)
Relaxa	28	53,80%
Melhora humor	32	61,50%
Melhora concentração	33	63,50%
Torna trabalho menos aborrecido	13	25,00%
Bloqueia pensamentos indesejados	6	11,50%
Bloqueia barulhos no local de trabalho	32	61,50%
Diminui cansaço	4	7,70%
Aumenta felicidade	23	44,20%
Aumenta criatividade	30	57,70%
Dá perspectiva diferente	7	13,50%
Dá ritmo ao trabalho	31	59,60%
Cria um ambiente confortável	18	34,60%

Fonte: Elaboração própria.

Na linha desta questão foi dada a oportunidade aos funcionários de fazerem um comentário ou informação adicional sobre o efeito e importância da música na gestão de pessoas no

ambiente empresarial. Desta forma, foi criada uma tabela (Tabela VI) que relacionasse as quatro tarefas mais selecionadas da Tabela V com alguns dos comentários dos inquiridos sobre a questão em estudo.

Tabela VI: Funções da música e comentários dos inquiridos

Funções da música e comentários dos inquiridos	
Top 4 funções	Comentários
Melhora a concentração	<p>“Ouvir música ajuda-me a concentrar naquilo que estou a fazer e a desligar do que me rodeia.”</p> <p>“Acho que faz todo o sentido ouvir-se música no trabalho, caso isso ajude na concentração.”</p>
Melhora o humor	<p>“Há pessoas que não conseguem viver sem a música, ajuda-as a serem melhores e mais felizes, sentem-se completas.”</p> <p>“Proibir a música no trabalho ia trazer apenas pontos negativos para o seu dia-a-dia e para atingir os seus objetivos no trabalho.”</p>
Bloqueia os barulhos do local de trabalho	<p>“Acho importante porque é uma forma de as pessoas se abstraírem do que se passa à sua volta, e a focarem-se numa tarefa específica. Portanto é uma mais-valia.”</p>
Dá ritmo ao trabalho	<p>“A música ajuda-me a ganhar ritmo e cumprir as tarefas mais rapidamente.”</p> <p>“Considero importante para ajudar a executar as tarefas diárias ou certo tipo de trabalhos.”</p>

Fonte: Elaboração própria.

É impossível falar de funções da música sem mencionar o fator “*stress*”. Grande maioria dos funcionários inquiridos consideram o seu trabalho stressante: 34 funcionários consideram o seu trabalho mais ou menos stressante, 20 consideram a sua ocupação profissional muito stressante e apenas 5 identificam o seu trabalho como pouco stressante.

Das 20 pessoas que consideraram o seu trabalho muito stressante é interessante revelar quais as funções que atribuem à música (Tabela VII). Na Tabela VII consideramos as respostas de 18 funcionários, uma vez que dos 20 que consideram a sua profissão muito stressante, 2 não ouvem música no local de trabalho.

Tabela VII: Ocupação profissional mais stressante vs Efeitos da música

Efeitos musicais nas profissões mais stressantes	
Efeitos/funções	% (T=18)
Relaxa	44,4(4)%
Melhora humor	55,5(5)%
Melhora concentração	72,2(2)%
Torna trabalho menos aborrecido	22,2(2)%
Bloqueia pensamentos indesejados	11,1(1)%
Bloqueia barulhos no local de trabalho	66,67%
Diminui cansaço	5,56%
Aumenta felicidade	44,4(4)%
Aumenta criatividade	72,2(2)%
Dá perspectiva diferente	22,2(2)%
Dá ritmo ao trabalho	50%
Cria um ambiente confortável	27,78%

Fonte: Elaboração própria.

Aproximadamente 40% dos funcionários que responderam ao inquérito consideram a sua ocupação profissional muito stressante. A Tabela VII revela o peso que cada função da música tem nestes funcionários com maior *stress* no trabalho. O aumento da criatividade, a melhoria da concentração e do humor, e o bloqueio de barulhos no local de trabalho, são as funções que têm maior influencia no comportamento destes funcionários.

Ao contrário da Tabela VI, a Tabela VII revela que a música aumenta a criatividade mais do que dá ritmo ao trabalho, isto porque ocupações profissionais com mais stress são geralmente baseadas em tarefas com alguma pressão. Geralmente a necessidade de criatividade está ligada a profissões mais stressantes, como por exemplo a do *designer* informático ou paginador. Tal como Sternberg e Lubart (1999) concluíram no seu estudo, para um *designer* informático ter resultados positivos e elevada produtividade precisa de ser criativo. Esta necessidade de criatividade gera um tipo de profissão com bastante pressão que provoca *stress* e estados de humor menos positivos. Neste estudo é ainda de salientar que dos 20 funcionários que seleccionaram mais vezes a opção “muito stressante”, 7 eram *designers* ou paginadores, 7 gestores, 4 jornalistas e apenas 2 produtores de eventos.

4.4. Razões para não se ouvir música no trabalho

Os funcionários que não ouvem música no trabalho foram questionados sobre quais as razões por não o fazerem. As respostas mais comuns foram:

1) Preferência musical não apropriada à tarefa:

Tendo em conta que foi observado que os funcionários têm total liberdade de escolha da música que querem ouvir, cada um tem a possibilidade de ouvir o estilo de música que mais gosta. No entanto, conforme a seleção pessoal de cada um, a música pode ou não ser benéfica para o desempenhar das suas tarefas (Rentfrow & Gosling, 2003; Ladining & Schellenberg, 2012).

2) Tarefas que requerem comunicar bastante com colegas e clientes (por telefone):

Tal como estudado por Haake (2006) a música tanto pode promover foco e concentração, como ao mesmo tempo pode criar sentimentos de exclusão social.

3) Distração:

Como defendido por Oldham *et al.* (1995), a música pode não ser benéfica para todo o tipo de tarefas, uma vez que tarefas mais complexas necessitam de maior concentração e foco, a música pode ser perturbadora.

4.5. Atenção e cuidado com os colegas

A maioria dos inquiridos demonstraram a sua preocupação face aos colegas, referindo que é importante ter cuidado com os colegas e garantir que o ouvir música, não perturba ninguém.

Algumas respostas ilustrativas desta preocupação são:

1)“Creio que não existe qualquer tipo de problema em ouvir música no trabalho, desde que o volume da música do colega não importune o outro”.

2)“Com peso e medida, tudo pode ser feito. A música não deve ser proibida no local de trabalho, desde que ouvida com responsabilidade e cuidado com os colegas”.

3)“Ouvir música no local de trabalho pode ser bastante produtivo desde que se tenha o devido cuidado de não incomodar os colegas”.

4)“Desde que não prejudique o trabalho dos colegas a musica é uma boa companhia no trabalho”.

Para um melhor entendimento desta preocupação por parte dos funcionários, é relevante revelar os seguintes dados: o espaço físico onde os funcionários trabalham é, na maioria, num escritório *open space* (67,8%). 11,9% dos funcionários inquiridos trabalham geralmente numa sala de escritório partilhada e 11,9% fazem as suas tarefas em casa. Apenas 8,5% tem um escritório individual. Desta forma, podemos justificar esta preocupação na medida em que, a maioria dos funcionários está sentado ao lado de outros colegas, não querendo perturbar quem o rodeia, nem criar constrangimentos relacionais.

Desta observação surge uma questão bivalente pois os que ouvem música tendem a querer encontrar um equilíbrio entre ouvir música sozinhos e gerir a situação social no seu escritório. Encontrar este equilíbrio entre preferências individuais e necessidades externas poderá ser o ponto de partida do processo para a experiência de se ouvir música no trabalho.

5. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

A partir de toda a informação recolhida, existem várias conclusões possíveis de retirar, que sublinham a questão se a música promove, ou não, a produtividade e qualidade do local de trabalho.

Tanto os dados quantitativos como qualitativos, indicam que a música pode assumir uma variedade de funções, que vão para além de acompanhar simplesmente as tarefas do quotidiano dos funcionários. Tendo em consideração que investigações anteriores revelaram a função essencial da música na sincronização do trabalho durante o período pré-industrial, e também por aliviar o cansaço e tédio dos trabalhadores no período industrial (Jones & Schumacher, 1992; Jones, 2005; Korczynski & Jones, 2006; Prichard *et al.*, 2007), a audição de música no ambiente moderno dos escritórios da atualidade, assume muitas funções diferentes, como por exemplo, afeta decisões da gestão organizacional (Haake, 2011) e decisões dos *designers* de escritórios.

Uma das dimensões mais importante para os inquiridos foi a inspiração que a música lhes proporciona, na medida em que ao ouvirem música, tornam-se mais criativos e sentem-se mais incentivados a trabalhar. Outro fator várias vezes mencionado pelos funcionários foi o aumento da concentração enquanto ouvem música e fazem as suas tarefas. No entanto, é de salientar que, de acordo com certas seleções musicais, a música pode perturbar essa concentração (Rentfrow & Gosling, 2003; Ladining & Schellenberg, 2012).

Relativamente à seleção musical, foi analisado no inquérito que os funcionários em estudo têm total liberdade de escolherem a música que mais gostam e, por isso, têm controlo total sobre aquilo que querem ouvir. Esta experiência de controlo que os funcionários têm, surgem nos dados analisados como um aspecto importante que vem reforçar ainda mais a função de relaxamento que a música tem, pela auto-seleção

musical fornecida aos funcionários dando-lhes um sentimento de controlo sobre o ambiente que os rodeia e sobre as suas emoções (Haake, 2011). Ainda sobre a seleção musical, foi visível que as escolhas musicais dos inquiridos passaram, na maioria, por artistas e bandas da atualidade e que na sua generalidade tocam géneros calmos e com uma linguagem musical positiva, contribuindo assim, para estados de humor mais positivos e para que a música seja eficaz na promoção da produtividade e qualidade do local de trabalho.

Por sua vez, apesar de a maioria dos inquiridos revelar o lado benéfico da audição de música no local de trabalho, há funcionários, que não se opondo totalmente, optam por não ouvir música enquanto trabalham. Desta forma, as razões principais dadas pelos inquiridos que não ouvem música no trabalho, passa pela preocupação em não querer perturbar os colegas; pela sua preferencia musical não ser adequada à tarefa; por terem tarefas que implicam constante contato com colegas e clientes, e por muitas vezes precisarem de uma maior concentração para um tipo mais complexo de tarefa no qual a música não ajudaria à concentração.

Relativamente à primeira pergunta de pesquisa, podemos então concluir que de acordo com o estudo realizado, os funcionários ouvem música enquanto trabalham por quatro razões principais: melhora a concentração; melhora o humor; bloqueia barulhos no local de trabalho e dá ritmo ao trabalho. Relativamente à segunda pergunta de pesquisa, as tarefas que os funcionários mais desempenham enquanto ouvem música são, respetivamente: tarefas diárias, escrever e *mailling*.

O estudo da audição de música no trabalho é oportuno na medida em que o número de investigações sobre a temática é limitado, e por contribuir para a literatura existente sobre a música na vida quotidiana adicionando o local de trabalho de um grupo de

comunicação social nos departamentos de marketing, eventos e redação de uma das revistas do grupo.

O inquérito aplicado teve como objetivo fulcral melhorar as abordagens metodológicas adoptadas em estudos anteriores da questão em análise, uma vez que foram recolhidas respostas de funcionários de um escritório específico e real, e por terem sido utilizados métodos mistos para investigar porque é que os funcionários ouvem música no trabalho.

A amostra do estudo é constituída principalmente por funcionários que ouvem música no local de trabalho e que consideram essa audição benéfica. O foco do estudo foi portanto, investigar com maior profundidade porque é que as pessoas ouvem música e analisar se a música é ou não benéfica para a aumento da produtividade e melhoramento da qualidade do local de trabalho.

Os resultados sugerem que a música é, na grande maioria dos casos, promotora de produtividade e qualidade do trabalho. No entanto, é de salientar que a limitação deste estudo foi ter incidido apenas sobre três departamentos do grupo de comunicação social e não em toda a organização. Desta forma, para investigações futuras, seria pertinente fazer-se uma análise da importância da música na produtividade e qualidade do trabalho em todos os departamentos do grupo de comunicação social em estudo, assim como em outras organizações da mesma área.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adorno, T. W. & Bernstein, J. M. (2001). *The culture industry: Selected essays on mass culture*. London: Routledge Classics.

Ahlawat, S., Batra, P., & Sharma, A. (2012). Personality and music: An effect on arithmetic performance. *Indian Journal of Positive Psychology*, 3(1), 96-100.

Albert, S., & Bell, G. G. (2002). Timing and music. *Academy of Management Review*, 27(4), 574-593.

Appelbaum, E., Bailey, T., Berg, P., & Kalleberg, A. (2000). *Manufacturing advantage: Why high-performance work systems pay off*. New York: Cornell University Press.

Biset-Bentchikou, C., Estache, A., & Ginsburgh, V. (2014). Happiness and music. *Université Libre de Bruxelles*. Acedido em 09 de junho de 2016 em <http://ecares.ulb.ac.be/ecare/personal/ginsburgh/papers/biset-estache.pdf>

Brief, A.P., & Weiss, H.M. (2002). Organizational behavior: Affect in the workplace. *Annual review of psychology*, 53(1), 279-307.

Carr, A., & Hancock, P. (Ed.). (2003). *Art and aesthetics at work*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Cyphert, D. (2001). Learning to "Yo!": Synchronicity and Rhythm in the Creation of a Public Sphere. *American Communication Journal*, 4(2). Acedido em 07 de junho de 2016 em <http://ac-journal.org/journal/vol4/iss2/articles/cyphert.htm>

Den Hartog, D. N., Boon, C., Verburg, R. M., & Croon, M. A. (2013). HRM, Communication, Satisfaction, and Perceived Performance A Cross-Level Test. *Journal of Management*, 39(6), 1637-1665.

DeNora, T. (2000). *Music in everyday life*. Cambridge: Cambridge University Press.

DeNora, T. (2002). The Role of Music in Intimate Culture: A Case Study. *Feminism & Psychology, 12*(2), 176-181.

Donald, I., Taylor, P., Johnson, S., Cooper, C., Cartwright, S., & Robertson, S. (2005). Work environments, stress, and productivity: An examination using ASSET. *International Journal of Stress Management, 12*(4), 409-423.

El-Sawad, A., & Korczynski, M. (2007). Management and music: The exceptional case of the IBM songbook. *Group & Organization Management, 32*(1), 79-108.

Fisher, C. D. (2000). Mood and emotions while working: Missing pieces of job satisfaction. *Journal of organizational behavior, 21*(2), 185-202.

Furnham, A., & Bradley, A. (1997). Music while you work: The differential distraction of background music on the cognitive test performance of introverts and extraverts. *Applied cognitive psychology, 11*(5), 445-455.

Gerhart, B., Wright, P. M., & McMahan, G. C. (2000). Measurement error in research on the human resources and firm performance relationship: Further evidence and analysis. *Personnel Psychology, 53*(4), 855-872.

Greasley, A. E. (2008). *Engagement with music in everyday life: An in-depth study of adults' musical preferences and listening behaviours*. Unpublished doctoral dissertation, Keele University, Stoke-on-Trent.

Haake, A. B. (2006). Music listening practices in workplace settings in the UK: an exploratory survey of office-based settings. *Proceedings of 9th International Conference on Music Perception and Cognition (ICMPC9)*. Bologna, Italy.

Haake, A. B. (2011). Individual music listening in workplace settings: An exploratory survey of offices in the UK. *Musicae Scientiae, 15*(1), 107-129.

Hagen, E. H., & Bryant, G. A. (2003). Music and dance as a coalition signalling system. *Human nature, 14*(1), 21-51.

- Hoskin, K. (2004). Spacing, Timing and the Intervention of Management. *Organization*, 11(6), 743-757.
- Jones, K. (2005). Music in Factories: A twentieth-century technique for control of the productive self. *Social and Cultural Geography*, 6(5), 723-744.
- Jones, S. C., & Schumacher, T. G. (1992). Muzak: On functional music and power. *Critical Studies in Media Communication*, 9(2), 156-169.
- Kemper, K. J., & Danhauer, S. C. (2005). Music as therapy. *Southern Medical Journal*, 98(3), 282-288.
- Korczynski, M., & Jones, K. (2006). The social origins of broadcast music in British factories. *Popular Music*, 25(2), 145-164.
- Korczynski, M., Robertson, E., Pickering, M., & Jones, K. (2005). We Sang Ourselves Through That War: Women, Music and Factory Work in World War Two. *Labour History Review*, 70(2), 185-214.
- Ladinig, O., & Schellenberg, E. G. (2012). Liking unfamiliar music: Effects of felt emotion and individual differences. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 6(2), 146-154.
- Lehmann, A. C. (1997). Affective Responses to Everyday Life Events and Music Listening. *Psychology of Music*, 25(1), 84-90.
- Lesiuk, T. (2000). The effect of music listening on a computer programming task. *The Journal of Computer Information Systems*, 40(3), 50-57.
- Lesiuk, T. (2005). The effect of music listening on work performance. *Psychology of music*, 33(2), 173-191.
- Lesiuk, T. (2008). The effect of preferred music listening on stress levels of air traffic controllers. *The Arts in Psychotherapy*, 35(1), 1-10.

Mcdonald, J. (2013). The Effect of Music Preference on Complex Task Performance. *Global Tides*, 7(1), 1-24.

Mowday, R. T., & Sutton, R. I. (1993). Organizational behavior: Linking individuals and groups to organizational contexts. *Annual review of psychology*, 44(1), 195-229.

Nissley, N. (2002). Tuning-in to organizational song as aesthetic discourse. *Culture and Organization*, 8(1), 51-68.

Nissley, N., Taylor, S. S., & Butler, O. (2003). The power of organizational song: An organizational discourse and aesthetic expression of organizational culture. In A. Carr, & P. Hancock (Eds.), *Art and Aesthetics at Work* (pp. 93-114). Basingstoke: Palgrave Macmillan UK.

North, A. C., Tarrant, M., & Hargreaves D. J. (2003). 'The Effects of Musical Style on Restaurant Customers' Spending. *Environment and Behaviour*, 35(5), 712-718.

Oldham, G. R., Cummings, A., Mischel, L. J., Schmidtke, J. M., & Zhou, J. (1995). Listen while you work? Quasi-experimental relations between personal-stereo headset use and employee work responses. *Journal of Applied Psychology*, 80(5), 547-564.

Perrewé, P. L., Hochwarter, W. A., Rossi, A. M., Wallace, A., Maignan, I., ... Van Deusen, C. A. (2002). Are work stress relationships universal? A nine-region examination of role stressors, general self-efficacy, and burnout. *Journal of International Management*, 8(2), 163-187.

Prichard, C., Korczynski, M., & Elemen, M. (2007). Music at work: An introduction. *Group and Organization Management*, 32(1), 4-21.

Rentfrow, P. J., & Gosling, S. D. (2003). The do re mi's of everyday life: the structure and personality correlates of music preferences. *Journal of personality and social psychology*, 84(6), 1236-1256.

Reybrouck, M. (2004). Music cognition, semiotics and the experience of time: ontosemantical and epistemological claims. *Journal of new music research*, 33(4), 411-428.

Rhodes, C. (2007). Outside the gates of Eden: Utopia and work in rock music. *Group & Organization Management*, 32(1), 22-49.

Schellenberg, E. G. (2001). Music and Nonmusical Abilities. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 930(1), 355-371.

Shih, Y. N., Huang, R. H., & Chiang, H. S. (2009). Correlation between work concentration level and background music: A pilot study. *Work*, 33(3), 329-333.

Sköld, D., & Rehn, A. (2007). Makin'It, by Keeping It Real: Street Talk, Rap Music, and the Forgotten Entrepreneurship From “the’Hood”. *Group & Organization Management*, 32(1), 50-78.

Sloboda, J. A. (2000). Music and worship: A psychologist's perspective. In J. Astley, T. Hone, & M. Savage, (Eds.), *Creative chords: Studies in music, theology and christian formation* (pp. 110-125). Leonminster, U.K.: Gracewing.

Sloboda, J. A., & O'Neill, S. A. (2001). Emotions in everyday listening to music [Eletronic version]. Acedido em 07 de junho de 2016 em https://www.researchgate.net/publication/232567618_Emotions_in_everyday_listening_to_music

Smith, J. R. (2012). *The Effects of Music on Mood, Anxiety, and Job Satisfaction: Self-reports from Occupational Workers*. Unpublished doctoral dissertation, Texas State University, San Marcos.

Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1999). The concept of creativity: Prospects and paradigms. In R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of creativity* (pp. 3-15). Cambridge: Cambridge University Press.

Stratton, V. N., & Zalanowski, A. H. (1984). The relationship between music, degree of liking, and self-reported relaxation. *Journal of Music Therapy*, 21(4), 184-192.

Thayer, R. E., Newman, J. R., & McClain, T. M. (1994). Self-regulation of mood: strategies for changing a bad mood, raising energy, and reducing tension. *Journal of personality and social psychology*, 67(5), 910-925.

Thompson, W.F., Schellenberg, E.G., & Husain, G. (2001). Arousal, Mood, and the Mozart Effect. *Psychological Science*, 12(3), 248-251.

Wright, P. M., & Snell, S. A. (1998). Toward a unifying framework for exploring fit and flexibility in strategic human resource management. *Academy of management review*, 23(4), 756-772.

ANEXO

Inquérito por questionário

A Importância da Música na Produtividade dos Trabalhadores

Este questionário foi realizado no âmbito do desenvolvimento da dissertação de mestrado em Ciências Empresariais no Instituto Superior de Economia e Gestão. O preenchimento deste questionário tem a duração de 5-10 minutos, aproximadamente. O objetivo é fornecer informações que complementem o trabalho final de mestrado sobre a questão da importância da música na produtividade dos trabalhadores de uma empresa de comunicação.

1. Qual a ocupação profissional a que pertence?

Imprensa | Jornalista
Marketing | Gestor de Marca
Eventos | Produtor de Eventos
Designer Gráfico / Paginador
Outra:

2. A maior parte do seu trabalho é feito com computador?

Sim
Não

3. Como é o ambiente do seu local de trabalho? Geralmente trabalha:

Numa sala privada
Em casa
Num escritório *open space*
Numa sala de escritório partilhado

4. Considera o seu trabalho stressante?

Nada stressante
Pouco stressante
Mais ou menos stressante
Muito stressante

5. Costuma ouvir música enquanto trabalha?

Sim
Não

6. Se na pergunta anterior respondeu SIM, avance para a próxima pergunta. Se respondeu NÃO, quais são as razões principais por não ouvir música no trabalho? (Enumere três).

Se respondeu NÃO, depois de responder a esta questão, avance diretamente para a questão 16.

7. Se pensar na semana que passou, tem noção da frequência com que ouviu música no seu trabalho?

- Todos os dias durante todo o dia
- Todos os dias só durante algumas horas do dia
- Alguns dias durante todo dia
- Alguns dias só durante algumas horas do dia
- Nunca

8. Que tipo de música prefere ouvir no local de trabalho? Seja o mais específico possível, por favor. (Ex: Artistas/ bandas/ estação de rádio)

9. Normalmente, o que é que faz no trabalho enquanto ouve música? (Escolha apenas 4)

- Tarefas de escrita
- Tarefas com números
- Fazer um intervalo/relaxar
- Falar com colegas
- Ir à Internet/ mailing
- Fazer tarefas do dia-a-dia
- Outra:

10. Quando ouve música no trabalho, qual o efeito que tem em si? (Escolha apenas 6)

- Ajuda-o a relaxar
- Melhora o seu humor
- Melhora a sua concentração
- Torna-o menos aborrecido
- Afasta-o de pensamentos indesejados
- Bloqueia o barulho à sua volta
- Torna-o menos cansado
- Torna-o mais feliz
- Aumenta a sua criatividade
- Fornece uma perspectiva diferente
- Ajuda-o a dar ritmo ao trabalho
- Cria uma atmosfera confortável
- Outra:

11. Com quem está quando ouve música no trabalho?

- Sozinho (inclui ouvir música individualmente mesmo que o escritório seja partilhado)
- Com colegas
- Outra:

12. De que forma é que ouve mais música no trabalho?

- CD em aparelhagem
- CD no computador

Internet
Iphone/Ipad
Rádio
Outra:

13. Com que frequência tem a possibilidade de escolher a música que quer ouvir no trabalho?

Sempre
Quase sempre
Às vezes
Nunca

14. Utiliza auscultadores quando ouve música no trabalho?

Se a sua resposta for NÃO, avance para a questão 16.

Sim
Não

15. Se respondeu SIM na resposta anterior, com quanta frequência é que utiliza auscultadores? (1=Nunca, 2=Às vezes, 3=Quase sempre, 5= Sempre)

16. Para si existem algumas razões porque não se deva ouvir música durante o trabalho? Se SIM dê 3 exemplos. Se NÃO, explique porquê.

17. Qual o seu sexo?

Feminino
Masculino

18. Qual a sua faixa etária?

18-25
26-35
36-45
46-55
56-65

19. Quais as suas habilitações literárias:

Instrução Primária (atual 4º ano)
Ensino Básico (atual 9º ano)
Ensino Secundário (atual 12º ano)
Bacharelato
Licenciatura
Mestrado
Doutoramento

20. Por favor, adicione qualquer comentário ou informação adicional que gostaria de acrescentar relativamente à questão "Gestão das pessoas e ouvir música no trabalho":

