

SAÚDE E BEM-ESTAR DOS TRABALHADORES: UM ENFOQUE NA PREVENÇÃO DA SÍNDROME DE *BURNOUT* ATRAVÉS DE ESTRATÉGIAS DE *ENDOMARKETING*

MARIA EDUARDA DE SOUZA GERALDO¹

MARIA ISABELA DA SILVA¹

LUCAS JOÃO BRAGA¹

RESUMO

A saúde mental dos trabalhadores tem emergido como uma preocupação central devido ao aumento das doenças mentais relacionadas ao ambiente de trabalho moderno, sendo a Síndrome de *Burnout* um dos principais destaques dessa realidade. A pressão crescente por produtividade, as demandas cada vez mais complexas e a falta de suporte adequado tem contribuído para o surgimento desses problemas nos colaboradores das organizações. Este trabalho de conclusão de curso (TCC) busca responder à seguinte problemática: como as doenças mentais relacionadas ao ambiente de trabalho, com enfoque na Síndrome de *Burnout*, impactam a saúde e bem-estar dos trabalhadores, e como o *Endomarketing* pode ser implementado como uma solução eficaz para mitigar esses problemas e promover um ambiente de trabalho mais saudável para todos? A fim de alcançar os resultados propostos neste artigo, o objetivo principal foi analisar e compreender a relação entre as doenças mentais existentes e os espaços laborais, demonstrando como o *Endomarketing* pode desempenhar um papel como solucionador para os problemas existentes, além de prevenir tais questões no ambiente. O estudo buscou aprofundar-se nesta relação por meio da revisão de estudos e casos relevantes, identificando os fatores organizacionais, culturais e estruturais que contribuem para esses problemas, bem como investigar a natureza e os principais aspectos da Síndrome de *Burnout*, suas causas, sintomas e consequências. Além disso, a fim de sondar mais de perto estas questões, procurou-se descobrir e compreender como as pessoas mais próximas a esta instituição de ensino têm se relacionado com o ambiente de trabalho. Por fim, as práticas de *Endomarketing* foram exploradas a fim de se identificar como suas ferramentas podem ser adaptadas para prevenir doenças e promover a saúde física e mental dos colaboradores, contribuindo para a conscientização sobre a importância da saúde mental no ambiente de trabalho, destacando a necessidade de políticas e práticas organizacionais que priorizem o bem-estar dos trabalhadores e ofereçam suporte adequado para prevenir e abordar as doenças. Para esta finalidade, este estudo utilizou referencial teórico, com base em estudos científicos, pesquisas bibliográficas e dados estatísticos, bem como uma pesquisa de campo aplicada nos municípios de Lucélia/SP e Adamantina/SP, buscando informações mais aproximadas e inerentes aos espaços laborais que cercam esta faculdade e fazem parte da realidade de seus alunos.

Palavras-chave: *Endomarketing*; Síndrome de *Burnout*; Práticas Organizacionais.

ABSTRACT

The mental health of workers has emerged as a central concern due to the increasing mental health issues related to the modern work environment, with Burnout Syndrome being a prominent highlight of this reality. Growing pressure for productivity, increasingly complex demands, and a lack of adequate support have contributed to the emergence of these problems among organizational employees. This thesis aims to address the following issue: how do mental health issues related to the workplace, with a focus on Burnout Syndrome, impact the health and well-being of workers, and how can Endomarketing be implemented as an effective solution to mitigate these problems and promote a healthier work environment for all? To achieve the proposed results in this article, the main objective was to analyze and understand the relationship between existing mental health issues and workspaces, demonstrating how Endomarketing can play a role as a solution to existing problems and prevent such issues in the environment. The study sought to delve into this relationship through the review of relevant studies and cases, identifying organizational, cultural, and structural factors contributing to these problems, as well as investigating the nature and key aspects of Burnout Syndrome, its causes, symptoms, and consequences. Additionally, to closely probe these issues, efforts were made to discover and understand how those closest to this educational institution have been relating to the work environment. Finally, Endomarketing practices were explored to identify how its tools can be adapted to prevent diseases and promote the physical and mental health of employees, contributing to awareness of the importance of mental health in the workplace, emphasizing the need for organizational policies and practices that prioritize the well-being of workers and provide adequate support to prevent and address illnesses. For this purpose, this study used a theoretical framework based on scientific studies, literature reviews, and statistical data, as well as a field survey conducted in the municipalities of Lucélia/SP and Adamantina/SP, seeking information more closely related and inherent to the workspaces surrounding this college and forming part of the reality of its students.

Keywords: Endomarketing; Burnout Syndrome; Organizational Practices.

¹ Faculdade de Tecnologia de Adamantina (Fatec), Adamantina-SP, Brasil

1 INTRODUÇÃO

O trabalho está presente na vida do homem desde os primórdios da humanidade, quando os indivíduos caçavam animais e coletavam frutos, obtendo o seu sustento através da natureza. Desde então, várias visões surgiram sobre o trabalho, desde sua importância econômica até sua importância como forma de realização pessoal e contribuição para a sociedade. Para Marx (1844 apud OLIVEIRA, 2000), o trabalho é o meio pelo qual os indivíduos se envolvem com o mundo e transformam a natureza para atender às suas necessidades.

A história do trabalho é uma narrativa complexa e multifacetada que abrange diversas épocas e culturas, e através dela é possível chegar à compreensão e representação do trabalho para o homem do século XXI.

Podemos dividir esta história em percursos de grande relevância para o enredo das atividades laborais contemporâneas, como: o trabalho nas sociedades antigas, desde as sociedades pré-históricas até as antigas civilizações do Egito, Grécia e Roma; o trabalho na Idade Média, onde ele era organizado de acordo com o sistema feudal; a Revolução Industrial, que marcou uma mudança significativa na história do trabalho; o Movimento Operário e o sindicalismo que surgiu no século XIX; e depois disso, os avanços significativos que vem acontecendo desde o século XX, através das novas modalidades de trabalho e das leis que asseguram direitos aos trabalhadores, por exemplo (CUNHA, 2015).

Apesar dos avanços tecnológicos e das conquistas no campo laboral da atualidade, há um problema preocupante que se destaca: os efeitos negativos do trabalho na saúde dos trabalhadores.

Dentre as inúmeras percepções e opiniões que o homem adquiriu sobre o trabalho ao longo da história, algumas se destacaram justamente por questionarem a maneira como o trabalho é visto e implementado na sociedade. Em uma das suas análises sobre a sociedade moderna, Marx destaca:

O trabalhador põe a sua vida no objeto, e sua vida, então, não mais lhe pertence, porém, ao objeto. Quanto maior for sua atividade, portanto, tanto menos ele possuirá. O que está incorporado ao produto de seu trabalho não mais é dele mesmo. Quanto maior for o produto de seu trabalho, por conseguinte, tanto mais ele minguará (MARX, 1844 p. 112).

Seguindo a linha de Marx, o sociólogo Herbert Marcuse também faz algumas análises sobre a relação entre homem e trabalho: “O tempo de trabalho, que é a maior parte do tempo de vida do indivíduo, é tempo penoso, porque o trabalho alienado é ausência de gratificação” (MARCUSE, 1966, p. 45 apud SILVA, 2017, p. 35); e, “por causa da duração do trabalho, que ocupa praticamente a existência inteira do indivíduo maduro, o prazer é ‘suspense’ e a pena prevalece” (MARCUSE, 1966, p. 35 apud SILVA, 2017, p.35).

Podemos compreender que, segundo Marcuse, o indivíduo vive como instrumento do trabalho e para ele durante seu tempo nele.

Estando tão incorporado aos espaços laborais durante tanto tempo, o trabalhador passa a ser afetado de forma negativa, pois já não consegue sustentar a relação entre trabalho e vida pessoal de forma dinâmica e saudável.

Além disso, pressões por produtividade, horários exaustivos, falta de comunicação e autonomia, insatisfação com a carreira e sobrecarga de tarefas podem contribuir para doenças e lesões físicas, bem como para problemas mentais, como estresse, ansiedade, depressão e exaustão emocional.

Há estudos que chamam a atenção para a atuação dos espaços laborais na saúde mental dos indivíduos. Segundo a Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio/Fio Cruz (2023), com dados revelados através do relatório "Diretrizes sobre Saúde Mental no Trabalho", publicado pela Organização Mundial da Saúde (OMS), em setembro de 2022: "Estima-se que 12 bilhões de dias de trabalho são perdidos anualmente por causa da depressão e da ansiedade, custando à economia mundial quase 1 trilhão de dólares."

No mesmo ano, de acordo com o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS): "209.124 mil pessoas foram afastadas do trabalho por transtornos mentais, entre depressão, distúrbios emocionais e Alzheimer, enquanto em 2021 foram registrados 200.244 afastamentos." (EPSJV/FIOCRUZ, 2023).

Apesar dos dados, não se pode afirmar que as doenças estão tão intrinsecamente ligadas aos ambientes de trabalho, que foram desencadeadas nele para todos os indivíduos. Mas conclui-se que os trabalhadores deixam ou evitam seus espaços laborais quando se encontram lesionados. O psicólogo e professor Bruno Chapadeiro Ribeiro explica:

Eu poderia ter sido diagnosticado com uma depressão anterior ao trabalho que eu estou, mas eu poderia estar medicado, passando por psicoterapia, e aí eu entro em um trabalho que desestabiliza tudo isso. Ou seja, mesmo que fosse uma condição latente, ele agravou uma condição pré-existente. Ou o trabalho também pode vir a desencadear esta condição, mesmo sem eu nunca ter tido uma depressão ou *Burnout* (apud EPSJV/FIOCRUZ, 2023).

Ribeiro (2023) compreende que as formas de trabalho é que estão doentes e, sendo o trabalho o elemento central da vida do indivíduo, este se encontra em uma posição vulnerável, onde passa a ser afligido pelos malefícios da relação que mantém com atividades laborais nocivas (apud EPSJV/FIOCRUZ, 2023).

Além disso, a Síndrome de *Burnout* ou Síndrome do Esgotamento Profissional, que tem como principal causa o excesso de trabalho, foi reconhecida pela OMS em 2022 como doença ocupacional (VEJA SAÚDE, 2022). Antes disso, “em 2019, uma pesquisa da International Stress Management Association (Isma-BR) estimou que 32% da população brasileira economicamente ativa sofria de sintomas de *Burnout* (VEJA SAÚDE, 2022).

A síndrome tem ganhado cada vez mais destaque em pesquisas e reportagens, pois lidera a lista de distúrbios emocionais entre os trabalhadores e corrobora com o julgamento de que o espaço laboral, quando nocivo, é capaz de desencadear por si mesmo danos à saúde mental dos trabalhadores.

O *Endomarketing*, uma abordagem de *marketing* voltada para o público interno da organização que será explorado ao longo deste trabalho, tem ganhado forte destaque nos espaços laborais atuais, pois visa promover um ambiente de trabalho que valorize o bem-estar dos colaboradores. A Toyota, a Fiat e a Golden Cross estão entre as empresas que utilizam o *Endomarketing* a favor de seus funcionários (GUPY, 2022).

Para a prática de *Endomarketing*, três atividades são essenciais e devem ser levadas em consideração: motivação, comunicação, liderança (ENESEP, 2002). A motivação auxilia na integração à cultura organizacional, despertando no colaborador a sensação de pertencimento e a noção de cliente interno. A comunicação é a chave para a participação do colaborador e o ensejo de ser ouvido. A liderança abre brechas para espaços cooperativistas, onde o líder dialoga, ouve e toma decisões democráticas (ENESEP, 2002).

Ao fim deste artigo, espera-se contribuir para uma compreensão mais profunda sobre a relação do trabalho com a saúde mental dos trabalhadores, bem como elucidar os leitores sobre as práticas que são capazes de contribuir para ambientes laborais menos nocivos e mais equilibrados, abordando o conceito de *Endomarketing*.

2 ESPAÇOS LABORAIS E DOENÇAS MENTAIS

Os espaços de trabalho, em sua relação intrínseca com os trabalhadores, desempenham um papel fundamental na promoção ou deterioração da saúde mental destes.

Nas sociedades primitivas, o trabalho era significado de subsistência. De fato, o homem necessitava do esforço laboral para sobreviver: caçando, criando, protegendo-se. Na sociedade moderna, o trabalho se mantém como forma de sustentação, mas seus motivos foram transformados. O trabalho não é mais dedicado à preservação da espécie humana, ele é voltado ao progresso, ao poder, à ostentação. O homem, sendo o personagem principal neste cenário, centraliza as atividades laborais em sua existência.

Conforme Karl Marx, pode-se distinguir os homens dos animais pela consciência, pela religião e por tudo que se queira. Mas eles próprios começam a se distinguir dos animais logo que começam a produzir seus meios de existência (MARX e ENGELS, 1989, apud VACCARO, 2015).

Para Baulk (1965) há fatores principais que contribuem para a insatisfação ao ambiente de trabalho, são eles a falta de compreensão das oportunidades de progressão e promoção no emprego e das formas de como o desempenho profissional é avaliado. Entre outros fatores, está a carga de trabalho excessiva, a vida pessoal versus o ambiente de trabalho, e a autoridade e influência ineficientes para a realização do trabalho.

Conforme abordado na introdução deste estudo, organizações e institutos de pesquisas têm se voltado cada vez mais a estudos e coleta de dados a fim de explorar a reação dos ambientes de trabalho na saúde e na vida dos trabalhadores modernos, pois a relação entre os espaços de trabalho e as doenças mentais é um campo de pesquisa crucial para promover ambientes de trabalho mais saudáveis e produtivos.

Em 2022, a Fundação Getúlio Vargas lançou uma pesquisa a fim de expor a

alta incidência de doenças mentais entre os profissionais brasileiros. A pesquisa relaciona a pandemia do Covid-19 ao agravamento desta questão no Brasil, que é um dos líderes mundiais em *Burnout*.

O fator que lidera a lista da pesquisa é a sobrecarga de trabalho, com 43%, seguido da pressão por resultados e metas, com 31%; sentimento de ter que estar disponível a todo tempo, com 30% e falta de reconhecimento, com 30%. Ou seja, os participantes se sentem pressionados a atingirem metas e resultados sem flexibilidade em relação a horários, tendo que lidar, por outro lado, com a desvalorização e falta de reconhecimento.

Conforme a pesquisa, outros dados levantados são relevantes: 54% dos participantes afirmaram já terem sofrido com alguma doença classificada como transtorno mental. Dentre esses entrevistados, 71% receberam o diagnóstico de profissionais da área e 63% revelam não terem recebido suporte das lideranças da empresa. Entre os efeitos negativos advindos dos problemas com a saúde mental, 45% se ausentaram ou se encontraram por menos horas no ambiente de trabalho e 60% desistiram do emprego por este motivo.

Além disso, em uma pesquisa realizada pela plataforma Futuros Possíveis (2023) a fim de compreender como os trabalhadores se sentem em relação às atividades que exercem e ao ambiente em que atuam no mundo profissional, revela-se que “40% têm a remuneração como prioridade, mas 74% afirmam que a satisfação com o trabalho vai além dos ganhos financeiros.” Além disso, 31% dos entrevistados valorizam horários flexíveis, seguido da autonomia para exercer sua função, com 30%.

Em contrapartida, observa-se que as empresas estão cada vez mais preocupadas com a saúde mental de seus colaboradores. Conforme a FGV (2022), o tema ganhou bastante destaque devido à pandemia do Covid-19, onde os quadros de ansiedade e depressão, por exemplo, se agravaram, e muitas empresas agiram em favor de seus colaboradores com benefícios além do financeiro, os serviços relacionados à saúde mental são um exemplo de medida tomada. Além disso, algumas empresas foram ainda mais longe e criaram cargos de liderança voltados à manutenção da saúde mental. Empresas como Google, Airbnb e Amazon possuem cargos específicos e responsáveis por tornarem os ambientes de trabalho mais saudáveis e agradáveis para os colaboradores.

2.1 Síndrome de *Burnout*: definições, sintomas e impactos

A palavra *Burnout* tem origem na língua inglesa e caracteriza “falta de energia”. A síndrome é considerada um distúrbio emocional geralmente sucedido por cenários de estresse laboral constante e prolongado, que além de afetar a vida pessoal do indivíduo, também contribui significativamente para a baixa produtividade no ambiente de trabalho.

É válido ressaltar a definição do Ministério da Saúde sobre *Burnout*:

Síndrome de *Burnout* ou Síndrome do Esgotamento Profissional é um distúrbio emocional com sintomas de exaustão extrema, estresse e esgotamento físico resultante de situações de trabalho desgastante, que demandam muita competitividade ou responsabilidade. A principal causa da doença é justamente o excesso de trabalho. Esta síndrome é comum em profissionais que atuam diariamente sob pressão e com responsabilidades constantes, como médicos, enfermeiros, professores, policiais, jornalistas, dentre outros. A Síndrome de *Burnout* também pode acontecer quando o profissional planeja ou é pautado para objetivos de trabalho muito difíceis, situações em que a pessoa possa achar, por algum motivo, não ter capacidades suficientes para os cumprir. Essa síndrome pode resultar em estado de depressão profunda e por isso é essencial procurar apoio profissional no surgimento dos primeiros sintomas.

Em 2022, quando passou a integrar a lista de doenças do trabalho pela OMS, a síndrome ganhou ainda mais destaque através de pesquisas e investigações. Além disso, a doença está incluída na nova Classificação Internacional de Doenças (CID-11). Conforme a Associação Brasileira de Medicina do Trabalho (2022):

O trabalhador com síndrome de *Burnout* terá direito a licença médica remunerada pelo empregador por um período de até 15 dias de afastamento. Já nas hipóteses de afastamento superior a 15 dias, o empregado terá direito ao benefício previdenciário pago pelo INSS, denominado auxílio-doença acidentário, que prevê a estabilidade provisória, ou seja, após a alta pelo INSS o empregado não poderá ser dispensado sem justa causa no período de 12 meses após o fim do auxílio-doença acidentário. Nos casos mais graves de incapacidade total para o trabalho, o empregado terá direito à aposentadoria por invalidez, mas é preciso passar pela perícia médica do INSS.

Além do mais, no campo da saúde ocupacional, a Síndrome de *Burnout* é alvo de estudos e pesquisas há bastante tempo, com o primeiro estudo realizado na década de 70 por Hebert Freudenberger, que lançou interesse sobre o assunto e instigou outros pesquisadores a estudarem a doença.

Conforme Maslach e Leiter (1997, p. 18), "*Burnout* não é um problema do indivíduo, mas do ambiente social no qual ele trabalha" (apud CARLOTTO e CAMÂRA, 2008, p. 154).

Sendo definida por Farber (1991), "*Burnout* é uma síndrome do trabalho, que se origina da discrepância da percepção individual entre esforço e consequência, percepção esta, influenciada por fatores individuais, organizacionais e sociais" (apud CODO e VASQUES-MENEZES, 1999, p. 09).

Sobre a natureza da síndrome, pode-se afirmar:

Para Veninga e Spradley o stress ocupacional permanente não aliviado provoca o *Burnout*, o qual por sua vez conduz à insatisfação e ineficácia profissionais assim como ao absentismo. O *Burnout* é, pois, o efeito incapacitante de uma exposição prolongada a condições de stress no trabalho (Hespanhol, 2005, p. 161).

Ou seja, o *Burnout* é o resultado de um cenário de stress crônico e não tratado. O colaborador, exposto a essa tensão sem a administração adequada, encontra em um dos níveis consequentes do acúmulo de stress o *Burnout*.

Maslach, Schaufeli e Leiter (2001, apud VIEIRA, 2010) definem a síndrome como um fenômeno psicossocial que ocorre em resposta ao estresse crônico no contexto de trabalho, e identificaram nela três componentes principais:

- Exaustão emocional: sensação de esgotamento e falta de energia, como resultado do estresse acumulado;
- Despersonalização: desenvolvimento de insensibilidade frente às questões relacionadas ao ambiente de trabalho e às pessoas que nele se encontram, como colegas, líderes e clientes;
- Ausência de realização pessoal: sentimento de incompetência, perda de autoconfiança e frustração pessoal.

Ou seja, os sintomas resultantes da síndrome podem variar, contudo, geralmente, a presença destes três elementos é crucial para o diagnóstico da doença.

A fim de corroborar com esta análise e ministrar uma avaliação mais técnica, alguns instrumentos podem ser utilizados: é o caso do Maslach *Burnout*

Inventory (MBI), criado por Maslach e Jackson (1978) e sendo a ferramenta mais utilizada para medir a presença e a intensidade do *Burnout* em profissionais, principalmente na área de saúde e serviços humanos, embora tenha sido aplicado em diversos contextos ao longo dos anos (CARLOTTO e CÂMARA, 2004). O MBI é baseado justamente na estrutura dos três componentes principais do *Burnout*, conforme Maslach, Schaufeli e Leiter (2001): exaustão emocional, despersonalização e falta de realização pessoal/profissional (apud CARLOTTO e CÂMARA, 2004).

Ainda sobre a ferramenta:

A criação de uma escala diagnóstica – o MBI (*Maslach Burnout Inventory*), padrão-ouro para detecção da síndrome – permitiu o desenvolvimento da pesquisa epidemiológica do *Burnout*, estendendo o conceito a diversos países e amostras populacionais, e, assim, a outras ocupações fora das tradicionais áreas de saúde e educação. Com isso, são a organização do trabalho e a relação com o trabalho em si – não necessariamente com atividades específicas – que passam a ser consideradas seus principais determinantes (VIEIRA E RUSSO, 2019, p. 02).

Para a identificação da síndrome, deve-se empregar um diagnóstico diferencial, pois os sintomas identificados no *Burnout* e em outros transtornos mentais são semelhantes e facilmente confundidos (BATISTA et al. 2011; GIL-MONTE, 2012 apud DIEHL e CARLOTTO, 2015).

Gil-Monte (2005) também corroborou com a investigação dos fatores que contribuem para a Síndrome de *Burnout*. Semelhante ao modelo de Maslach, complementado com a dimensão de culpa, o modelo do pesquisador é representado por quatro dimensões: ilusão pelo trabalho, desgaste psíquico, indolência e culpa. Respectivamente, as dimensões são caracterizadas por desejo de alcançar metas no trabalho em busca de satisfação pessoal; esgotamento emocional e físico devido à convivência no ambiente laboral com pessoas causadoras de problemas; sentimentos de indiferença e insensibilidade diante das pessoas no trabalho e suas necessidades; sentimento de culpa por causa de atitudes e comportamentos que não seguem as normas internas da organização de trabalho e cobrança quanto ao papel profissional (apud CARLOTTO e CÂMARA, 2014).

Essas dimensões proporcionam uma compreensão mais abrangente e detalhada do *Burnout*, indo além das dimensões tradicionais, como exaustão

emocional, despersonalização e realização pessoal reduzida.

Além da tríade de Maslach e as quatro dimensões de Gil-Monte, os colaboradores que sofrem com a Síndrome de *Burnout* também podem ser acometidos por sintomas como: fadiga, alterações no apetite, dor de cabeça frequente, insônia, problemas gastrointestinais, dificuldades de concentração, negatividade constante, etc. (MINISTÉRIO DA SAÚDE).

Para as organizações, a doença apresenta uma baixa significativa em termos de produtividade e desempenho, pois conforme a pesquisa da FGV (2022), os funcionários esgotados são mais propensos a faltar ao trabalho e, em última instância, abandonar seus empregos.

Ribeiro (2023 apud PALMEIRIM, 2023) explica que, “além das jornadas de trabalho prolongadas serem associadas à redução na produtividade e ao aumento no número de afastamentos, um ambiente de trabalho tóxico e que não oferece equilíbrio entre trabalho e vida pessoal pesa bastante”.

A discussão sobre as estratégias de prevenção da síndrome abrange uma ampla gama de abordagens, desde intervenções organizacionais até medidas individuais. Mas de acordo com os princípios da doença abordados neste capítulo, é importante ressaltar a participação dos locais de trabalho na deterioração da saúde mental dos trabalhadores, no desenvolvimento de *Burnout*, e na relevância que estes têm nas investidas a fim de prevenir a síndrome.

Conforme Ribeiro (2023 apud PALMEIRIM, 2023):

O tratamento de *Burnout* envolve psicoterapia, tratamento farmacológico e intervenções psicossociais. Entretanto, a intensidade da prescrição de cada um dos recursos terapêuticos depende da gravidade e da especificidade de cada caso. Em termos de prevenção a gente preconiza mexer na organização e nas condições de trabalho que possuem riscos psicossociais que levam ao *Burnout*.

Segundo Manoel Alexandre (2023 apud CIPA & INCÊNDIO, 2023), “É preciso que as empresas estimulem as atividades físicas e hobbies a seus colaboradores, bem como ter um canal aberto de comunicação entre equipes e superiores e um programa de ajuda emocional ou mesmo encaminhar esse colaborador caso se sinta sobrecarregado ou estressado”.

Ou seja, estratégias eficazes envolvem mudanças nas políticas organizacionais, o fortalecimento das habilidades individuais de

enfrentamento e a criação de um ambiente que promova o bem-estar.

De acordo com Maslach e Leiter (1997 apud CARLOTTO e GOBBI, 1999, p. 14):

As pessoas procuram em seu trabalho oportunidades de fazerem escolhas e tomar decisões, buscam também usar suas habilidades para pensar e resolver problemas tendo um entendimento do processo de trabalho como um todo, ou seja, do início até os resultados dos quais também será responsável. É importante que a pessoa se sinta engajada e responsável pelo seu trabalho e não coagida através de normas e políticas administrativas mecânicas e rígidas.

Para Queirós (2005, p. 06 e 12), “é sabido que o clima organizacional influencia a motivação e o comportamento dos indivíduos nas organizações” e “a eficácia profissional é reforçada quando é reforçado o envolvimento, a clareza e a orientação”.

Conclui-se que ao assumir a responsabilidade pela prevenção da síndrome, as organizações podem não só proteger a saúde dos seus colaboradores, mas também promover um ambiente de trabalho mais produtivo e sustentável. Essas práticas não beneficiam apenas os membros individuais da equipe, mas também contribuem para o sucesso da organização em longo prazo.

3 ENDOMARKETING

O termo *Endomarketing* é amplamente conhecido como o *marketing* interno implementado dentro das organizações e, em suma, são ações direcionadas exclusivamente para promover o bem-estar e engajamento de seus colaboradores. O conceito de *Endomarketing* surgiu na década de 1990, a partir de estudos realizados pelo professor brasileiro Saul Faingaus Bekin, que foi pioneiro ao introduzir o conceito de *marketing* voltado para o interior das organizações, tornando-se assim o criador dessas estratégias voltadas para funcionários e parceiros das empresas. A motivação de Bekin surgiu ao lidar com problemas de comunicação interna, diferenças setoriais e compreensão insuficiente sobre áreas e funções da organização, quando trabalhou em uma multinacional (CARVALHO, 2006), seu propósito era encontrar uma solução que integrasse a organização à vida cotidiana de seus colaboradores através do sentimento de identificação.

Para Brum (2010, p. 22) “as definições para *Endomarketing* são muitas e possuem, como pano de fundo, a importância de se trabalhar o ambiente interno para que se reflita no relacionamento com o cliente.”

Infelizmente, muitas empresas ainda não atribuem o devido valor aos seus colaboradores, tratando-os apenas como mão-de-obra, visando apenas o lucro e ignorando a importância de um ambiente de trabalho harmonioso. Em diversos casos, as empresas não reconhecem que o comprometimento dos funcionários é a via mais eficaz para alcançar os objetivos desejados e, portanto, é importante criar mecanismos para estimular a motivação dos colaboradores, gerando uma estratégia a fim de atingir o que se deseja.

O *Endomarketing* jamais poderá ser entendido como um modismo. Pelo contrário, trata-se de uma rede de canais estruturados de comunicação, com o objetivo de que líderes e liderados possam se comunicar de forma eficiente e compartilhar um ambiente saudável, que proporcione realização e felicidade aos profissionais. (BRUM, 2010, p. 08)

Neste estudo, busca-se apresentar o *Endomarketing* como ferramenta poderosa para motivar e estimular os colaboradores das organizações, averiguando a extrema relevância de seus princípios para as empresas, que é demonstrada no alcance da satisfação dos funcionários, na promoção do envolvimento da equipe e fortalecimento das relações internas, e no aumento da produtividade com qualidade dentro do ambiente laboral.

Conforme OLIVEIRA, Ana; AQUINO, Mayra; SILVA, Wilian, 2018, p. 05): “vender o produto para seu cliente interno é tão importante quanto vender para o cliente externo, a prática do *Endomarketing*, derivada do *marketing* tradicional, possibilita às organizações estreitarem seus relacionamentos junto aos seus colaboradores.”

As organizações buscam cada vez mais diferenciais competitivos, considerando a alta concorrência do mercado, e muitas delas já descobriram que para que o cliente externo seja alcançado, o cliente interno deve vir em primeiro lugar (REIS, Thompson, et al., 2017).

Atualmente, o capital humano emerge como um elemento distintivo entre as organizações. “[...] Notadamente as organizações, para tal feito buscam recorrer ao seu recurso intangível, ou seja, o capital humano, como diferencial na competição por excelência em qualidade, o que consequentemente abre

espaço na sua área de atuação” (OLIVEIRA, Ana; AQUINO, Mayra; SILVA, Wilian, 2018, p. 07).

Diante disso, observa-se uma transformação nos conceitos e nas práticas de gerenciamento: ao invés de concentrar investimentos exclusivamente em produtos e serviços, é de suma importância que empresas direcionem seus recursos para as pessoas, pois são elas que operam os produtos, oferecem atendimento e compreendem a necessidade dos clientes.

Na visão de Brum (2005, p. 05):

Para as organizações existe uma necessidade constante de mudança em suas marcas, produtos e serviços, mudança esta, que estabelece diferenciação e consequentemente o torna mais competitivo no mercado, consoantemente é necessário tal abrangência de esforços na valorização dos colaboradores, com objetivo implícito de torná-los mais motivados e consequentemente satisfeitos.

Por isso, é imprescindível que as empresas conheçam profundamente os seus colaboradores, busquem informações sobre eles e estejam atentas às suas necessidades para estabelecerem uma relação de parceria, baseada em uma troca profissional eficaz, que seja transparente e benéfica para ambas as partes. O conceito de *Endomarketing* está ligado aos princípios de comunicação, motivação e satisfação dos clientes internos. Segundo Brum (2010, p. 13), “a verdade é que não existe uma fórmula pronta. O que existe são técnicas e estratégias de Comunicação e de *Marketing* que, se adequadas à realidade e ao modelo de negócio da empresa, podem produzir efeitos surpreendentes”.

3.1 Objetivos e implementação do *Endomarketing*

Num contexto mais amplo, um dos objetivos do *Endomarketing* é criar um sentimento de pertencimento nos colaboradores, além de estabelecer uma relação saudável entre líderes e colaboradores no ambiente de trabalho. Brum (2010, p. 43) afirma que “como atitude de *Endomarketing* entende-se, também, todo e qualquer esforço de comunicação direta entre liderança e subordinado (comunicação face a face).”

A utilização de ferramentas de comunicação interna é uma prática valiosa para melhorar o curso de informações e otimizar as relações interpessoais.

Para Patrick e Bruce (2010):

A comunicação eficaz é primordial para atingir o sucesso da empresa, pois se um gestor não se comunicar com eficácia com seus subordinados, terão pouco sucesso gerenciais, sendo que, a comunicação unifica a meta e a formação de padrões de desempenho dos colaboradores (apud REIS, Thompson, et al., 2017, p. 131).

O desenvolvimento da prática de *Endomarketing* é uma via de mão dupla: ela permite a execução de atividades com o desempenho voltado aos objetivos da organização e, ao mesmo tempo, beneficia o trabalhador com os sentidos de motivação, valorização e satisfação (FERNANDES, LEBARCKY e FERREIRA, 2011, apud REIS, Thompson, et al., 2017).

Ou seja, a relevância da prática do *Endomarketing* nas empresas está diretamente ligada com a necessidade de manter os funcionários satisfeitos, impactando diretamente na produtividade e lucratividade da organização.

O objetivo do *Endomarketing* é, portanto, criar uma consciência empresarial (visão, missão, princípios, procedimentos etc.), dentro de um clima organizacional positivo. O propósito é transformar o colaborador em facilitador para consolidar a imagem da empresa e o seu valor para o mercado (BRUM, 2010, p. 21).

O desafio de uma organização persiste em manter seus colaboradores motivados. Uma cultura empresarial bem definida entre todos os envolvidos em uma empresa é o que a diferencia das demais. Por mais que algumas ações motivacionais sejam vistas como custos por empresas, existem práticas simples que podem ser adotadas, como a comunicação sincera e orgânica, que têm grande impacto entre os colaboradores hoje em dia.

Além disso, é essencial que as estratégias de *Endomarketing* contemplem alguns tópicos elementares para a manutenção do senso de comprometimento e motivação, conforme Bekin (1995, apud SOUZA, 2023), entre elas:

- Realização de treinamentos e capacitações dos profissionais sob a ótica da educação e do desenvolvimento;

- Planos de carreira que forneçam aos profissionais o vislumbre de oportunidades de progressão e crescimento dentro da organização;
- Reconhecimento, valorização e comprometimento por parte da empresa, além da oferta de recompensas com base no desempenho dos colaboradores;
- Sistema/rede de comunicação interna que incentiva o diálogo e a troca de experiências entre o público interno;
- Segmentação do público visando ajustar às iniciativas de *marketing* interno a fim de atender às necessidades dos diferentes perfis identificados dentro da organização;

No livro *Endomarketing* de A a Z, a autora ressalta que “benefício não é apenas assistência médica e vale-refeição. Benefício é tudo o que é oferecido ao público interno para ele tenha uma maior qualidade de vida e bem estar.” (BRUM, 2020, p. 53) e, que além disso “...é importante lembrar que o ser humano precisa de desafios para sentir-se vivo. Portanto, o desafio de um programa de incentivos pode ser muito mais motivador do que o prêmio por ele oferecido” (BRUM, 2010, p. 56).

Martines, Paraguay e Latorre (2004, p. 56):

entendem o trabalho como um resultado da interação complexa de tarefas, papéis, responsabilidades, incentivos e recompensas em um contexto sociotécnico. Desse modo, segundo os autores, a satisfação com o trabalho está associada aos fatores psicossociais, que são elementos causais relacionados às condições e ambiente de trabalho. Esses fatores incluem: “a possibilidade de promoção e reconhecimento, a relação com colegas e subordinados, características da supervisão, gerenciamento e política, e competências da empresa” (apud SOUZA, 2023, p. 39).

O tema sobre manter um trabalho decente para os trabalhadores é tão importante que em setembro deste ano, os presidentes do Brasil e Estados Unidos, Lula e Joe Biden, se reuniram para anunciarem uma parceria por melhores condições de trabalho. Os dois lançaram a Parceria pelos Direitos dos Trabalhadores e Trabalhadoras, uma iniciativa para promover um trabalho digno. Essa parceria possui intenções de envolver outros países além dos dois. As atividades conjuntas entre Brasil e Estados Unidos incluem algumas ações, entre elas estão promover a criação de novos postos dignos de emprego na cadeia de produção com a ajuda de parceiros do setor privado, combater a

discriminação nos locais do trabalho e promover a diversidade (PODER360, 2023).

Essa iniciativa reforça a importância sobre como as organizações devem estar atentas e dispostas a melhorias, pensando e priorizando a integridade física e mental de seus colaboradores.

3.2 Benefícios e resultados do *Endomarketing*

Conforme abordado na Introdução deste estudo, as organizações estão cada vez mais comprometidas com a satisfação e o engajamento dos colaboradores. É fundamental reconhecer que o trabalhador motivado e engajado em seu trabalho, contribui para o sucesso da organização como um todo.

Para isso, é essencial que fatores psicossociais, que são os elementos causais relacionados às condições e ambiente de trabalho, não sejam negligenciados (MARTINES, PARAGUAY E LATORRE, 2004 apud SOUZA, 2023).

Conforme Souza (2023, p. 39):

Quando esses fatores são atendidos, resultam na satisfação do funcionário, refletindo em maior produtividade e engajamento. Por outro lado, a falta desses fatores leva ao sofrimento e insatisfação constantes do funcionário, resultando no agravamento da sua saúde mental. Ressalta-se que quando um trabalhador enfrenta problemas relacionados a sua saúde mental, isso gera um ônus financeiro e pode afetar a imagem da organização.

A implementação eficaz de ações de *Endomarketing* pode ser imprescindível para conquistar o público interno, atingir resultados almejados e fortalecer o relacionamento da empresa, além de ganhar mais destaque no mercado competitivo. De acordo com Brum (2010, p. 140) “as empresas desejam ter empregados engajados para obterem maiores níveis de qualidade, maiores índices de produtividade e, principalmente, um excelente atendimento ao público.”

Através do *Endomarketing*, se torna perceptível que quanto mais cuidados e atenção uma empresa dedica à sua equipe, melhores são seus resultados, tanto relacionado a questões econômicas quanto a questões pessoais.

Cavagnolli e Maino (2010) ressaltam:

O colaborar começa a ter outra percepção sobre a empresa a qual presta serviços quando a empresa se disponibiliza a realizar ações como treinamentos com capacitações, promoção, palestras sobre segurança no trabalho e saúde. O feedback de reconhecimentos também proporciona um engajamento maior pela parte do colaborador (apud ALMEIDA e SILVA, 2023, p. 150).

O ambiente organizacional se torna propício quando encoraja os seus colaboradores a expressarem ideias com transparência e apoio, sem represálias, pois dessa forma eles se sentem ouvidos, além de mais valorizados e motivados.

A integração entre os setores de hierarquia é essencial para impulsionar esses processos de mudanças de forma eficiente, pois são essas pessoas que irão transmitir as informações de forma transparente para os demais, além de liderar as ações de *Endomarketing*. Brum (2010, p. 140) afirma que “sempre que um alto nível de informações é disseminado internamente, seja através de canais, instrumentos e ações, seja através das lideranças, os empregados passam a ter aquilo que chamamos de envolvimento espiritual com a empresa.”

Entender quais são as necessidades dos colaboradores torna o processo mais fácil. Quando uma empresa investe em estratégias de *Endomarketing* bem-elaboradas, fortalece sua posição como marca em cenários competitivos. Quando essas estratégias são colocadas em prática, os benefícios significativos surgem logo em seguida. A seguir estão alguns exemplos (STRATEGYBOX, 2022):

- Aumento da motivação e engajamento em colaboradores: uma das principais propostas do *Endomarketing* é a motivação. Quando o colaborador é incluído a compartilhar novas e ideias e experiências entre os demais, eles desenvolvem um sentimento de pertencimento ao local, que o motiva no engajamento para se adaptar às necessidades da organização;
- Estímulo da produtividade do colaborador: esse benéfico pode ser visto como um resultado do anterior, pois quando há motivação, naturalmente ocorre aumento na produtividade. A produtividade surge quando um colaborador sente que é valorizado dentro da empresa, e a partir disso, desempenha suas tarefas com maior proatividade e dedicação;

- Redução do turnover: o turnover é um medidor que quantifica a rotatividade de funcionários dentro de uma empresa. Quando um colaborador está satisfeito e feliz em seu ambiente de trabalho, há menos chances de ele procurar outras oportunidades fora dali. Ciente de que a empresa preza pelo seu bem-estar, o colaborador entende que existe a possibilidade de um desenvolvimento mais sólido dentro da empresa;
- Redução de custos: um ambiente de trabalho desfavorável adoce o colaborador por questões já abordadas durante este estudo. A utilização do *Endomarketing* aborda a promoção da saúde mental, qualidade de vida e bem-estar no ambiente de trabalho. Isso contribui para a redução das taxas de afastamento por doenças mentais, diminuindo consequentemente a perda de produtividade e reduzindo os custos relacionados a esses prejuízos.

Conclui-se que uma empresa que investe em *Endomarketing* demonstra interesse genuíno na saúde, no bem-estar e no desenvolvimento pessoal de sua equipe. Por fim, “vale lembrar que a chave para o sucesso de um programa de incentivos está no planejamento, na ética, na transparência e na simplicidade do processo” (BRUM, 2005, p. 155 apud ESCARAVACO, 2016, p. 30).

4 METODOLOGIA

4.1 Tipo de pesquisa e coleta de dados

Neste artigo, foi adotada uma abordagem mista, combinando métodos quantitativos e qualitativos, utilizados para alcançar uma compreensão mais abrangente do impacto das estratégias de *Endomarketing* na prevenção da Síndrome de *Burnout* no ambiente de trabalho.

Os métodos quantitativos foram empregados para auxiliar na coleta e análise de dados que pudessem ser ponderados e submetidos a uma análise estatística. Para isso, foi elaborado um questionário estruturado através do Google Forms, onde pessoas responderam de forma online, coletando dados relevantes que auxiliam nos resultados desse artigo. Vale ressaltar que, somente trabalhadores das cidades de Adamantina/SP e Lucélia/SP responderam essa pesquisa, uma vez que essas localidades rodeiam a instituição de ensino além de fazerem parte da realidade

cotidiana de seus alunos, sendo possível obter uma amostra representativa de colaboradores de diversas organizações.

Os métodos qualitativos complementam a abordagem desta pesquisa, permitindo uma exploração mais aprofundada das percepções relacionadas ao *Endomarketing*, por meio de revisão bibliográfica, apresentando alternativas para amenizar os danos causados pela Síndrome de *Burnout*, como demonstrado nos resultados da pesquisa realizada, permitindo uma compreensão mais completa e contextualizada sobre o tema abordado.

Para a condução deste artigo, foi utilizado como apoio diversas fontes de pesquisa, incluindo alguns sites e revistas eletrônicas, como Fiocruz, Poder 360, Veja, Globo.com (G1), UOL e IBGE. Incluindo ainda, artigos com temas relacionados a este obtidos no Google Acadêmico, todos essenciais como fundamento para o estudo.

5 PESQUISA DE CAMPO

A realização de pesquisas é uma ferramenta valiosa para coletar dados, obter informações e realizar estudos de caso em diversas áreas. Para este artigo, foi realizada uma pesquisa de campo através da ferramenta Google Forms, contendo 21 perguntas, sendo 18 perguntas objetivas, com opções de múltipla escolha e com respostas pré-definidas, e três perguntas dissertativas, onde os participantes poderiam fornecer suas respostas com suas próprias palavras e experiências.

Neste estudo, a participação foi restrita às pessoas atualmente empregadas e direcionadas exclusivamente as residentes das cidades de Lucélia/SP e Adamantina/SP. Como complemento, é relevante destacar que, segundo o último censo realizado em 2022, a população de Lucélia é de 20.061 habitantes, enquanto a de Adamantina é 34.687, um total de 54.748 habitantes. (IBGE, 2022).

Os resultados adquiridos permitiram a obtenção de informações cruciais para continuidade à pesquisa deste artigo. Abrangendo desde dados básicos, como idade, gênero, cidade de residência e renda mensal, até informações mais significativas relacionadas ao emprego, ações de *Endomarketing* e às questões ligadas à saúde mental.

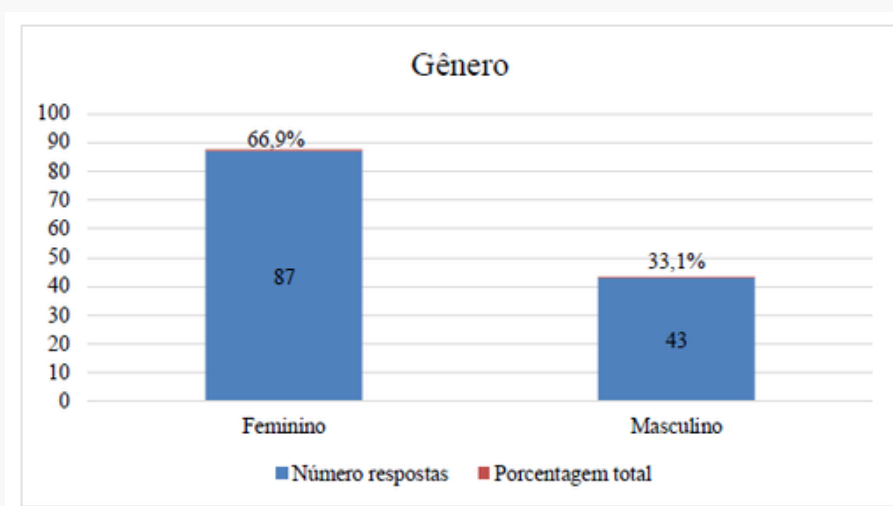
Neste artigo, determinar o tamanho da amostra nessa pesquisa e estudo de amostragem é uma etapa crucial, e o erro tolerável desempenha um papel fundamental nesse processo. Com base no número de pessoas que participaram dessa pesquisa e o número total de habitantes das duas cidades, foi possível alcançar um total de 91,2% de nível de confiança, com uma margem de erro de 8,8%. Abaixo os resultados obtidos e a fórmula utilizada para obter os resultados citados.

$$n_0 = \frac{1}{\varepsilon^2}$$

$$n = \frac{N \times n_0}{N + n_0}$$

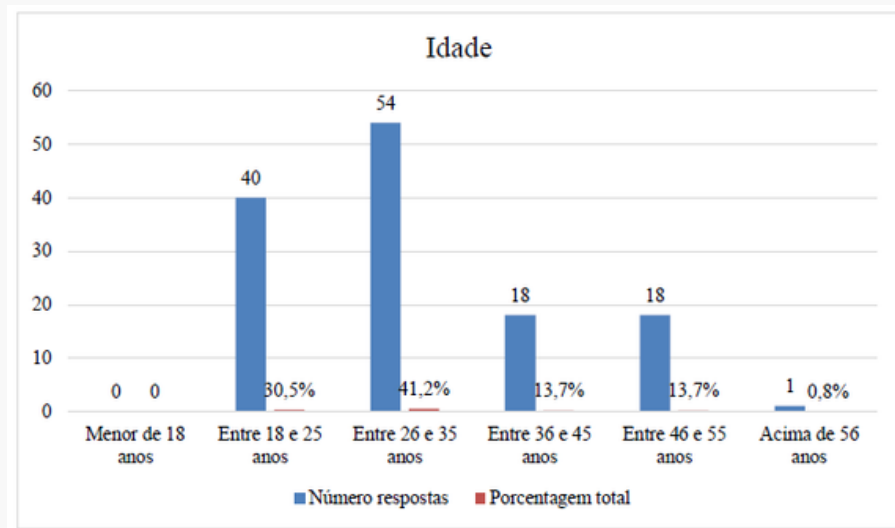
N = Tamanho da população; e = Erro amostral tolerado; n0 = Aprox. da amostra; n = Tamanho da amostra.

Em relação à questão de gênero, 87 das 130 pessoas que participaram da pesquisa são mulheres, representando 66,9% do total, enquanto 43 são homens, correspondendo a 33,1%.

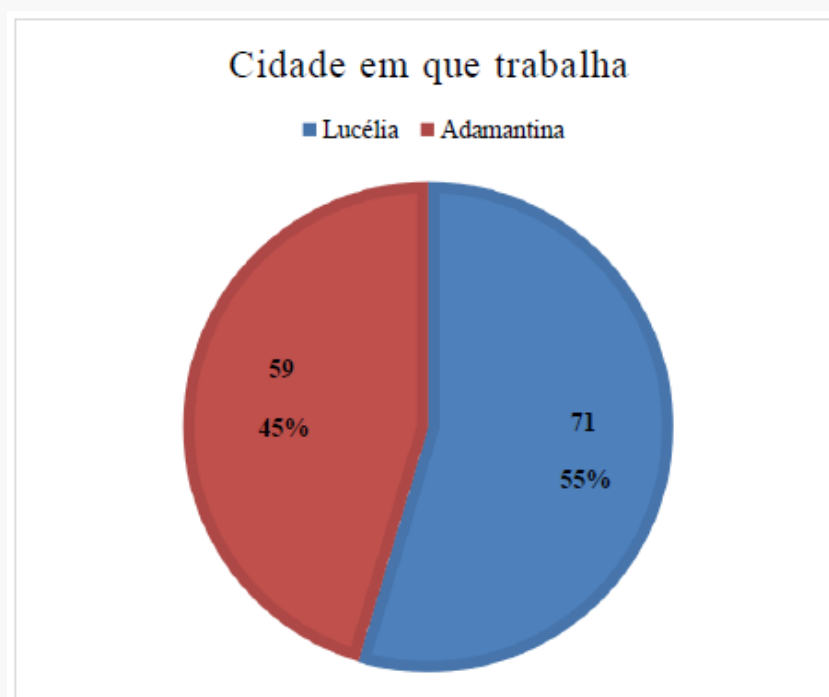


Os dados relativos à faixa etária dos participantes mostram que 40 pessoas têm entre 18 e 25 anos, representando 30,5%. Dos 130 resultados, 54 pessoas têm entre 26 e 35 anos, representando a maioria significativa com 41,2%. Os

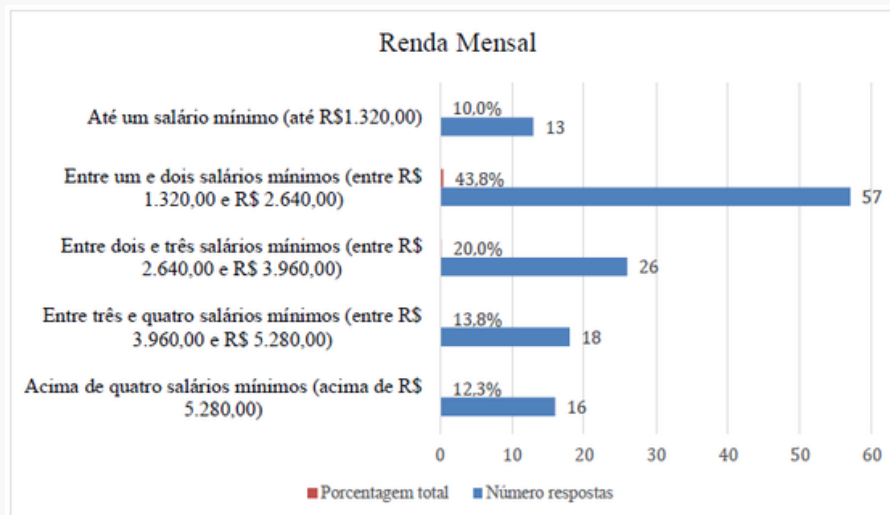
resultados também mostram que 18 participantes estão distribuídos igualmente entre a faixa etária de 36 e 45 anos e de 46 e 55 anos, correspondendo a 13,7% cada. Além disso, apenas uma pessoa indicou ter mais de 56 anos, o que representa como 0,8% dessa pesquisa.



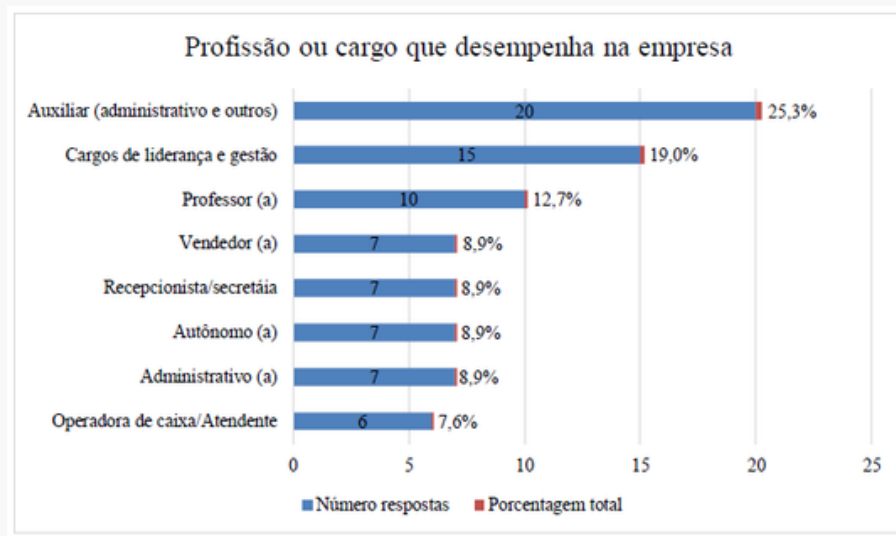
Relacionado à cidade em que trabalha atualmente, os resultados mostram que 59 participantes trabalham em Adamantina/SP e 71 em Lucélia, sendo representados por 45% e 55% respectivamente.



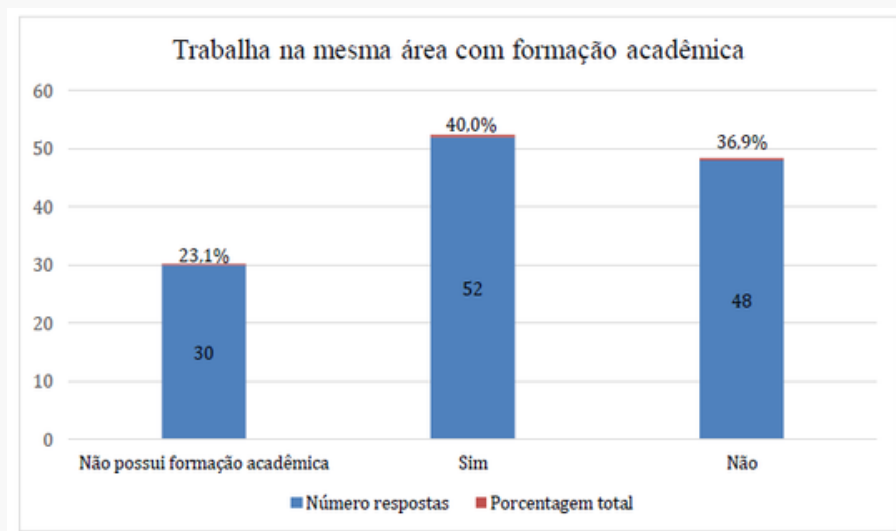
No que se refere à renda mensal de cada participante, a maioria significativa tem remuneração entre um e dois salários mínimos (R\$ 1.320,00 e R\$ 2.640,00), com resultado de 57 pessoas e uma porcentagem de 43,8%. Em seguida, 26 participantes declararam uma renda mensal entre dois e três salários mínimos (R\$ 2.640,00 e R\$ 3.960,00), representando 20% da pesquisa. Em sequência, 18 pessoas mencionaram ganhar entre três e quatro salários mínimos (R\$ 3.960,00 e R\$ 5.280,00) totalizando 13,8% dos resultados. Logo após, 16 participantes informaram uma renda acima de quatro salários mínimos (acima de R\$ 5.280,00), representando 12,3%. Por fim, 13 pessoas afirmaram receber até um salário mínimo (até R\$ 1.320,00), obtendo um total de 10% dos resultados.



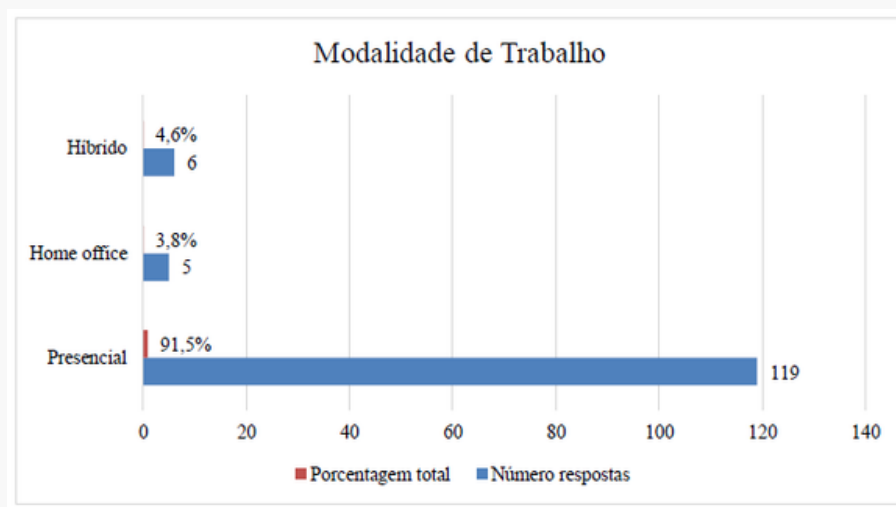
Em relação às profissões ou cargos desempenhados nas empresas, foram identificadas as funções e áreas que mais se destacaram nos resultados, totalizando 79 respostas. No gráfico correspondente, é possível observar que 20 pessoas exercem funções auxiliares, abrangendo atividades administrativas, gerais e outras, que representa 25,3% do total. Em seguida, funções de gestão e liderança surgem com 15 respostas e 19% dos resultados. Logo após, é possível observar um número significativo de professores, totalizando 10 respostas e 12,7% da pesquisa. Na sequência, é possível ver que os cargos de vendedor (a), recepcionista/secretária, autônomo (a) e administradores possuem o mesmo resultado de 7 respostas e uma porcentagem de 8,9% para cada. Por fim, tem o operador de caixa/atendente é mencionado com 6 respostas, equivalendo a 7,6%.



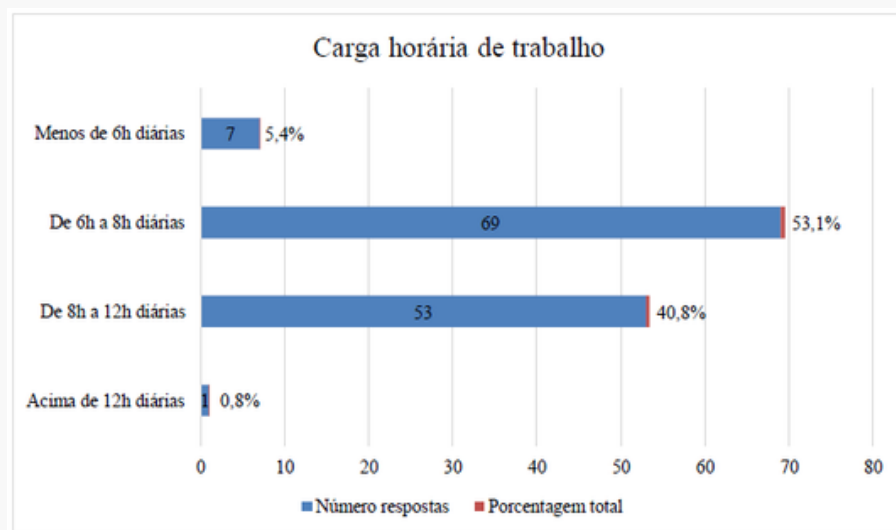
Buscando informações se esses trabalhadores atuam ou não na mesma área de formação em que se especializaram, foram obtidos os seguintes resultados: 52 participantes da pesquisa estão empregados na mesma área de formação, enquanto 48 não estão na mesma área e 30 pessoas não possuem formação acadêmica. Esses números correspondem a 40%, 36,9% e 23,1% do total de resultados, respectivamente.



Quanto a modalidade de trabalho, a maioria significativa foi de 119 respostas para pessoas que trabalham de forma presencial, seguido por 6 participantes para trabalho híbrido e apenas 5 pessoas relataram o trabalho em regime home office. Esses números correspondem a 91,5%, 4,6% e 3,8% dos resultados totais, respectivamente.

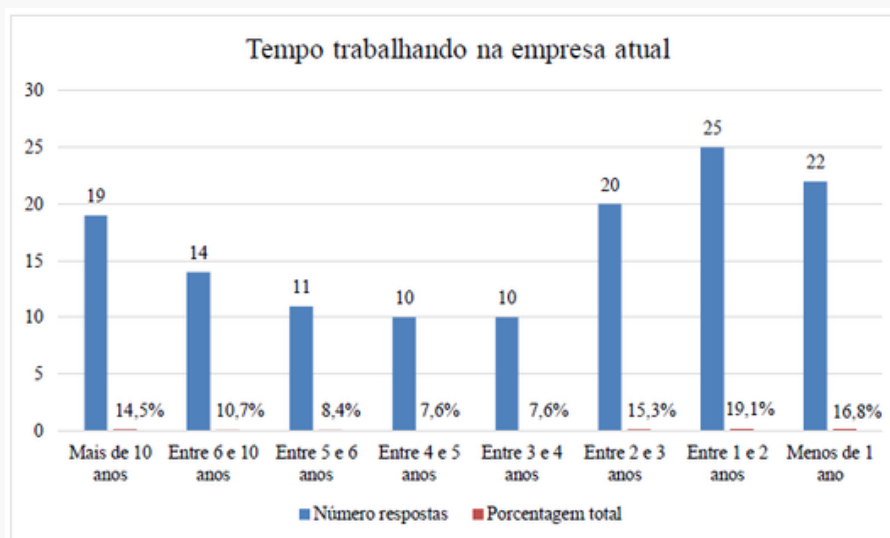


Ao analisar a carga horária de trabalho de cada participante da pesquisa, constatou-se que a grande maioria, totalizando 69 pessoas, trabalha de 6h a 8h diárias, representando 53,1% do total. Em seguida, 53 pessoas possuem carga horária diária de 8h a 12h, correspondendo a 40,8%. Logo após, o resultado de 7 pessoas trabalhando menos de 6h por dia, com 5,4% dos resultados. E por fim, apenas uma pessoa relatou trabalhar mais de 12h por dia, que equivale a 0,8% do total das respostas.



Ainda relacionado ao emprego de cada participante, foi perguntado sobre a duração de tempo que cada um vem trabalhando em sua posição atual. Os resultados revelaram que 19 pessoas estão empregadas no mesmo local há mais de dez anos, totalizando 14,5% das respostas. Um total de 14 pessoas

estão no trabalho entre seis e dez anos, representando 10,7%. Entre cinco e seis anos onze pessoas relataram esse tempo, sendo 8,4% das respostas. As opções entre três e quatro anos e quatro e cinco anos tiveram 10 pessoas cada, o que equivale a 7,7% do resultado total. Por outro lado, 20 pessoas afirmaram ter entre dois e três anos de tempo trabalhado, que corresponde a 15,3%. A maioria dos participantes responderam que estão entre um e dois anos no emprego atual, sendo elas 25, ou seja, 19,1%. Por fim, 22 pessoas responderam que estão no trabalho há menos de um ano, totalizando 16,8% das respostas.



Ao serem questionados sobre se sentirem valorizados em seus empregos, 78 participantes afirmaram que sim, enquanto 52 pessoas responderam que não. Correspondendo a 60% e 40% dos resultados, respectivamente.

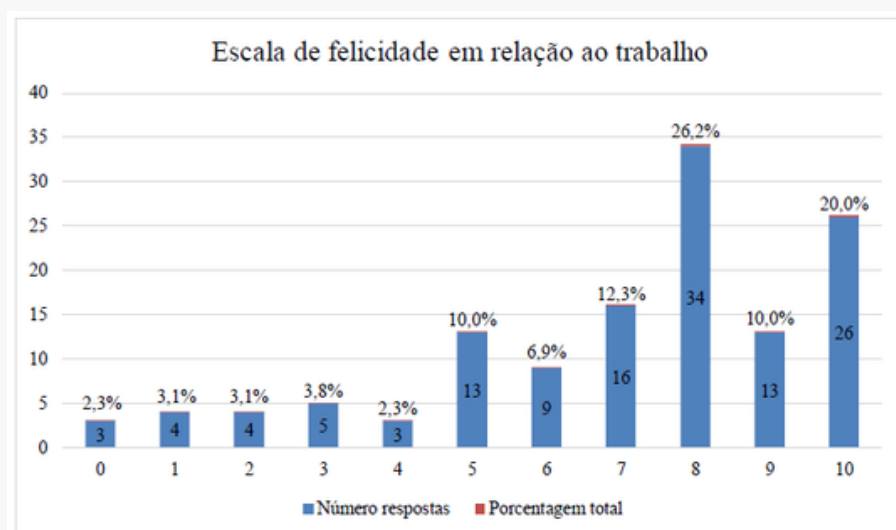
Questionados sobre acharem que o trabalho é dividido igualmente entre os colaboradores da empresa, 63 participantes afirmaram que sim, enquanto 67 pessoas responderam que não acham que há igualdade na divisão. Esses números representam, respectivamente, 48% e 52% do total das respostas.

Relacionado a exercer um bom trabalho em suas funções, 90 participantes afirmaram que sim, enquanto 40 pessoas responderam que não se sentem estimulados pela empresa. Esses números representam, respectivamente, 69% e 31% do total das respostas.

Outra pergunta realizada, foi descobrir se os participantes da pesquisa sentem que seus trabalhos são significativos dentro da empresa. Entre os 130 integrantes, 122 afirmaram que sim, enquanto apenas 8 pessoas não possuem essa percepção. Esses números representam, respectivamente, 94% e 6% do

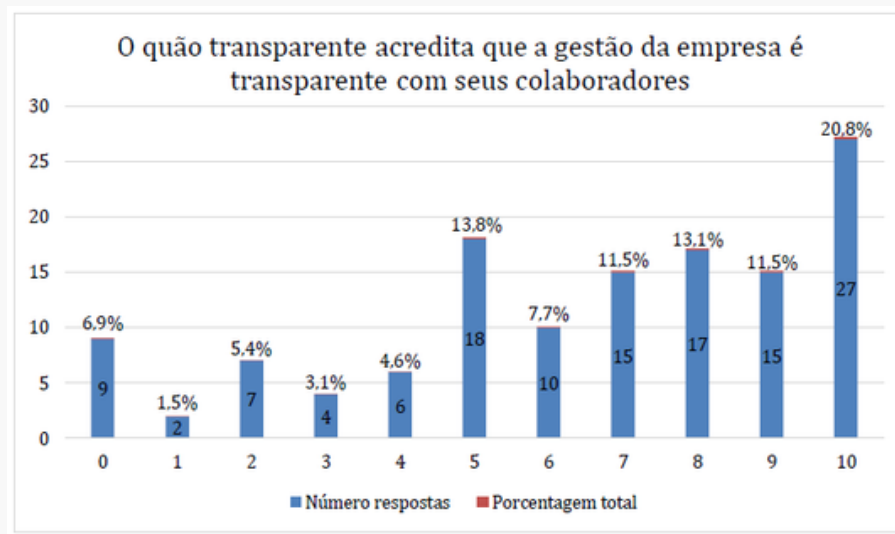
total das respostas.

Questionados sobre o nível de felicidade na empresa em que trabalham, em uma escala de 0 a 10, foram identificados os resultados mais relevantes na pesquisa. A grande maioria, um total de 34 pessoas, atribuíram uma nota 8. Em seguida, 26 pessoas deram a nota máxima 10, seguido de 16 classificaram sua felicidade como nota 7, enquanto 13 pessoas escolheram as notas 5 e 9. Representados como 26,2%, 20%, 12,3% e 10%, respectivamente, dos resultados totais. Além disso, as somas totais na escala de 0 a 4 atingem 19 participantes, um número significativamente elevado em comparação com os demais resultados, representando 14,6% do total de respostas.



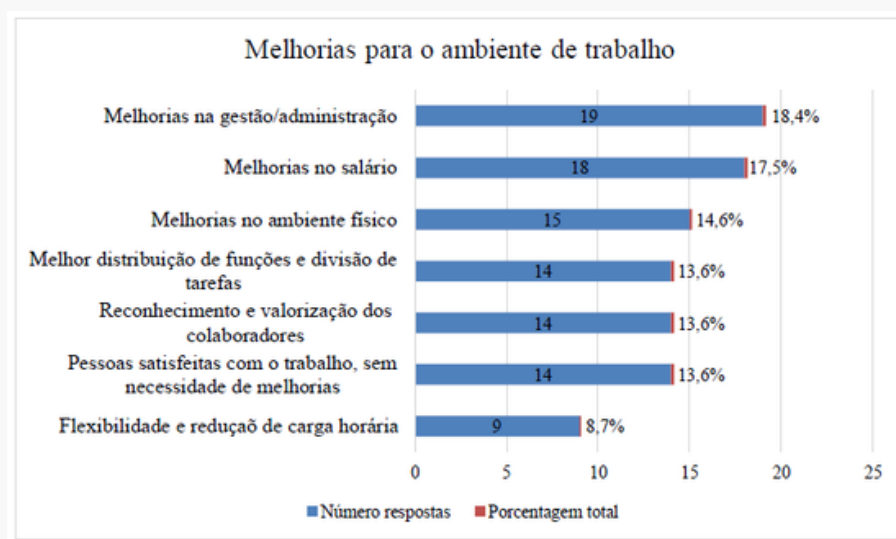
Ao serem indagados sobre se o trabalho desperta sentimentos positivos, 84 participantes afirmaram que sim, enquanto 46 pessoas responderam que não. Correspondendo a 65% e 46% dos resultados, respectivamente.

Questionados sobre o nível de transparência da gestão dentro da empresa com seus colaboradores, em uma escala de 0 a 10, foram identificados os resultados mais relevantes na pesquisa. A grande maioria, um total de 27 pessoas, atribuiu uma nota máxima 10. Em seguida, 18 pessoas deram a nota 5, seguido de 17 pessoas que classificaram como nota 8, enquanto 15 pessoas escolheram as notas 7 e 9. Representados como 20,8%, 13,8%, 13,1% e 11,5%, respectivamente, dos resultados totais. O que chama a atenção também são os resultados de 0 a 4, que somando todos, totalizam 28 participantes, um número consideravelmente superior em comparação com os demais, representando 16,9% do total de resultados.



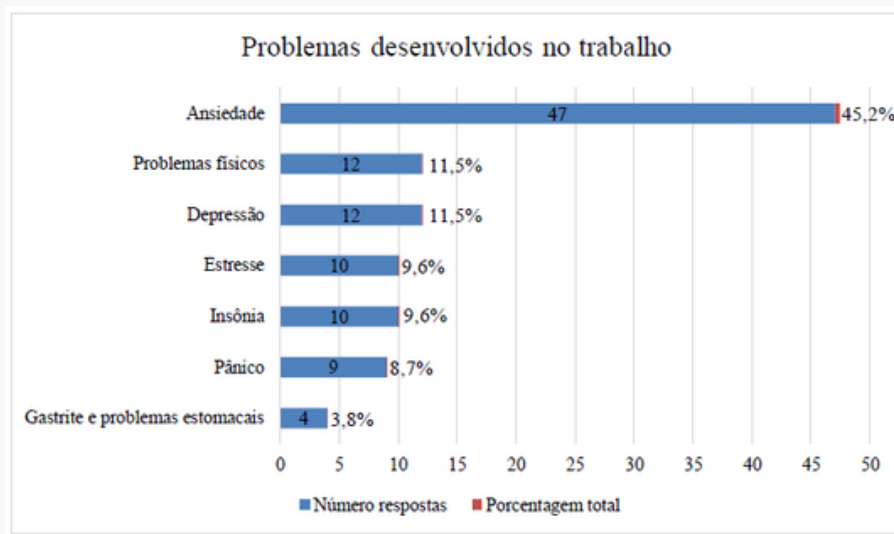
Outra questão abordada na pesquisa visava descobrir se os participantes estavam familiarizados com a Síndrome de *Burnout*. Das 130 respostas obtidas, 93 afirmaram conhecer a síndrome, o que corresponde a 72% das respostas, enquanto 37 responderam que não, representando 28% do resultado total.

Continuando com temas relacionados ao trabalho, foi perguntando para os participantes quais melhorias eles consideram importantes para seus respectivos empregos. Abaixo estão as respostas que mais se destacaram nessa questão. 19 pessoas citaram melhorias na gestão/administração da empresa, que equivale a 18,4% do total. Em seguida, 18 pessoas apontaram melhorias em seus salários, representando 17,5%. Além disso, 15 pessoas expressaram o desejo de melhorias no ambiente físico de trabalho, somando 14,6%. Na sequência, 14 pessoas sugeriram melhorias na distribuição de funções e divisões de tarefas, bem como mais reconhecimento e valorização dos trabalhadores, com 13,6% dos resultados para cada resposta. Outras 14 pessoas mencionaram estarem satisfeitas com seus trabalhos, sem necessidade de melhorias, também representando 13,6%. E por fim, 9 pessoas sugeririam maior flexibilidade e redução na carga horária, com 8,7% dos resultados totais.



Uma outra questão abordada teve como objetivo averiguar se os participantes já enfrentaram algum problema de saúde ou psicológico relacionado ao trabalho. Das respostas obtidas, 64 pessoas declararam que não tiveram tais problemas, enquanto 66 pessoas afirmaram que sim. Isso representa, respectivamente, 49% e 51% do total de respostas.

E partindo da questão anterior, foi perguntado apenas para as 66 pessoas que afirmaram já terem tido algum problema de saúde ou psicológico, sobre quais foram esses problemas desenvolvidos. Das respostas, a seguir estão as que mais se destacaram, ressaltando que muitas pessoas relataram mais de um problema em suas respostas. Um total de 47 respostas, representando a grande maioria, pessoas relataram desenvolver ansiedade devido ao trabalho, resultando em 45,2%. Em seguida, 12 pessoas informaram problemas físicos, como dermatite, tendinite, dores no corpo e outros, bem como depressão, também representando 11,5% dos resultados cada. Em seguida, 10 pessoas relataram sobre problemas de estresse e insônia, com 9,6% para cada resposta. Além disso, 9 pessoas mencionaram a ocorrência de crises de pânico, totalizando 8,7%. Por fim, 4 pessoas mencionaram sobre o desenvolvimento de gastrite e problemas estomacais, o que equivale a 3,8%.



6 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com base nos dados apresentados, é possível chegar a diversas conclusões pertinentes para este artigo, a partir das experiências e informações relatadas.

Em relação ao gênero, é perceptível que a grande maioria é composta por mulheres. A predominância feminina pode influenciar aspectos específicos relacionados ao ambiente de trabalho e condições de trabalho.

Quanto à faixa etária, as idades com mais destaque foi entre 26 e 35 anos. Essa faixa pode indicar dinâmicas de trabalho e mais desafios pessoais, pois se trata de pessoas que já estão há um tempo no mercado de trabalho e buscam melhorias para não estarem estagnadas no mesmo local.

No contexto relacionado às cidades de trabalho, a divisão entre Adamantina e Lucélia revela uma divisão relativamente distribuída, podendo influenciar nas dinâmicas profissionais e culturais de cada local.

Quanto à renda mensal, a predominância de respostas na faixa de um a dois salários mínimos sugere uma realidade econômica relativamente baixa para a maioria dos participantes, o que influencia na qualidade de vida e satisfação profissional.

No que diz respeito às profissões ou cargos desempenhados, foi identificado

uma grande variedade de funções, com destaque para cargos de auxiliares em diversas áreas, logo seguido de funções de liderança e gestão, onde é possível verificar que um serve como cargos de apoio para o outro, mostrando os níveis de hierarquia.

Sobre a formação acadêmica e função desempenhada na área, é mostrado que pessoas que possuem formação acadêmica e não trabalham na mesma área, são 36,9% dos resultados totais, um número muito significativo que pode ser uma indicação de insatisfação de grande parte desses trabalhadores.

Na modalidade trabalho, a maioria dos participantes realiza suas atividades de forma presencial, predominância do modelo tradicional de trabalho, dos quais são necessários mais atenção ao bem-estar de seus colaboradores, já que passam grande parte de seus dias em seus ofícios. Demonstrado também, na carga horária da grande maioria, que passa de 6 a 8 horas em suas jornadas de trabalho.

A análise do tempo de serviço revela que grande parte dos participantes trabalha até dois anos em suas posições atuais, trazendo reflexões sobre a possibilidade de rotatividades dessas funções dentro das organizações, ou por estarem insatisfeitos em empregos antigos, e conseqüentemente buscam novas oportunidades, não mantendo uma estabilidade no ambiente de trabalho.

Quando abordado sobre o sentimento de valorização no trabalho, a maioria respondeu positivamente, sugerindo um ambiente profissional que valoriza seus colaboradores.

A percepção sobre a divisão igualitária do trabalho indicou que muitos colaboradores estão sobrecarregados em seus empregos, o que pode causar insatisfação, exaustão e gerar doenças.

Ao avaliar o nível de felicidade na empresa, os resultados variam, mas a maioria dos participantes atribui notas positivas, indicando um ambiente de trabalho geralmente satisfatório.

A familiaridade com a Síndrome de *Burnout* demonstra que a maioria dos participantes estão cientes sobre essa condição, o que pode influenciar na conscientização sobre cuidados necessários para a prevenção no ambiente de trabalho.

Ao explorar e analisar as sugestões de melhorias no trabalho é possível observar que todos os resultados são voltados para melhorias na gestão ou administração da empresa, pois a partir desse ponto, todas as demais podem

ocorrer conseqüentemente. Por isso a importância de uma organização possuir pessoas capacitadas para ocuparem tais funções, trazendo bons resultados para a empresa e um ambiente agradável para seus colaboradores.

Partindo das melhorias, um número muito significativo de participantes informou ter ou já ter desenvolvido crises de ansiedade. Isso pode ser gerado pela quantidade de frustrações desenvolvida ao longo de suas atividades, o acúmulo de trabalho, estresse, uma má gestão, comunicação interna, entre outros. Como citado por Brum, “não há como atribuir a uma empresa a responsabilidade pela felicidade de alguém. Mas uma empresa é feita de pessoas. Portanto, quanto mais pessoas felizes trabalharem nela, melhor será o seu clima organizacional”. Esses fatores possuem grande influência no desenvolvimento de problemas físicos e psicológicos nos colaboradores, por isso a importância do *Endomarketing* dentro das organizações.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da análise dos capítulos que exploram a convergência entre os espaços laborais e as doenças mentais relacionadas a eles, e a pesquisa de campo realizada, observam-se as complicações e a urgência de abordar questões relacionadas ao bem-estar psicológico dos trabalhadores atuais. Ao examinar as nuances desse desafio, é possível identificar diversos aspectos contribuidores para o surgimento de condições adversas de saúde mental no trabalho, que atinge um dos seus pontos mais críticos quando ocorre a progressão para a Síndrome de *Burnout*. No entanto, é imprescindível reconhecer que as informações e pesquisas exploradas durante os capítulos e os dados observados da pesquisa de campo permitem destacar a gestão e a administração das empresas como papel fundamental na satisfação e no bem-estar dos trabalhadores.

Neste contexto, as abordagens de *Endomarketing* surgem como uma solução promissora, pois oferecem uma forma de redefinir a relação entre os colaboradores e a organização. Ao criar um ambiente de trabalho mais saudável e alinhado com os valores organizacionais, o *marketing* interno se volta ao colaborador em um benefício ambíguo, aumentando a motivação e o comprometimento do profissional nas tarefas executadas e favorecendo-se com o alto desempenho consequente disto. Desta forma, ao incorporar as

estratégias de *Endomarketing*, as empresas não apenas fomentam o engajamento e a motivação de seus colaboradores, mas também solidificam as bases para um crescimento sustentável e uma vantagem competitiva no cenário corporativo.

REFERÊNCIAS

Adamantina (SP) | **Cidades e Estados** | IBGE. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sp/adamantina.html>. Acesso em: 15 de novembro de 2023.

Alertas globais chamam a atenção para o papel do trabalho na saúde mental. EPSJV/Fiocruz, 2023. Disponível em: <https://www.epsjv.fiocruz.br/noticias/reportagem/alertas-globais-chamam-a-atencao-para-o-papel-do-trabalho-na-saude-mental>. Acesso em: 11 set. 2023.

ALMEIDA, Suzana do Nascimento; SILVA, Thiago Sousa. O *Endomarketing* como ferramenta para a melhoria na produtividade dos colaboradores. **Rev. Psic.** v. 17, n. 66, p. 143-154, maio 2023. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/download/3770/5785/14807>. Acesso em: 19 nov. 2023.

ANDRE, Luciana. **10 Benefícios do Endomarketing para a sua empresa.** StrategyBox, 2022. Disponível em: <https://blog.strategybox.com.br/beneficios-do-endomarketing-para-a-sua-empresa/>. Acesso em: 18 de novembro de 2023.

BEKIN, Saul F. **Conversando sobre Endomarketing.** São Paulo: Makron Bookd, 1995.

Brasil e EUA anunciam parceria por melhores condições de trabalho. **Poder360**, 2023. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/governo/brasil-e-eua-anunciam-parceria-por-melhores-condicoes-de-trabalho/>. Acesso em: 17 de novembro de 2023.

BRUM, Analisa de Medeiros. **Endomarketing de A a Z: como alinhar o pensamento das pessoas à estratégia da empresa.** 4ª edição. São Paulo, Integreare Editora, 21 fevereiro, 2010.

Burnout: problema é reconhecido pela OMS e faz cada vez mais vítimas. **Veja Saúde**, 2022. Disponível em: <https://saude.abril.com.br/mente-saudavel/burnout-e-reconhecido-pela-oms>. Acesso em: 12 set. 2023.

CARLOTTO, Mary Sandra. **A Síndrome de *Burnout* e o trabalho docente**. Psicologia em Estudo, Maringá, v. 7, n. 1, p. 21-29, jan./jun. 2002. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1413-73722002000100005>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pe/a/hfg8JKJTYFpgCNgqLHS3ppm/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 10 out. 2023.

CARLOTTO, Mary Sandra; CÂMARA, Sheila Gonçalves. **Análise da produção científica sobre a Síndrome de *Burnout* no Brasil**. Psico, Canoas, v. 39, n. 2, p. 152-158, abr./jun. 2008. DOI: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistapsico/article/view/1461>. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revistapsico/article/view/1461/3035>. Acesso em: 22 out. 2023.

CARLOTTO, Mary Sandra; GOBBI, Maria Dolores. **Síndrome de *Burnout*: um problema do indivíduo ou do seu contexto de trabalho?** Aletheia, Canoas, v. 10, p. 103-114, jul./dez. 1999. DOI: https://www.researchgate.net/publication/285329138_Burnout_Syndrome_an_individual_problem_or_a_job-related_problem. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Mary-Carlotto/publication/285329138_Burnout_Syndrome_an_individual_problem_or_a_job-related_problem/links/63beabfb56d41566df59a4c0/Burnout-Syndrome-an-individual-problem-or-a-job-related-problem.pdf. Acesso em: 15 out. 2023.

CARVALHO DE CARVALHO, D. **Endomarketing: o endomarketing como fator de motivação nas empresas**, 2006, p. 01-24. Curso de comunicação social habilitação em propaganda e marketing. Disciplina: monografia. Centro Universitário de Brasília (UNICEUB) - Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas (FASA), Brasília, out. 2006. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1426/2/20328453.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2023.

CAVALLINI, Marta. **Síndrome de *Burnout* é reconhecida como doença ocupacional**; veja o que muda para o trabalhador, jan. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/2022/01/11/sindrome-de-burnout-e-reconhecida-como-doenca-ocupacional-veja-o-que-muda-para-o-trabalhador.ghtml>. Acesso em: 06 nov. 2023.

CODO, Wanderley; VASQUES-MENEZES, Iône. O que é *Burnout*? Educação: carinho e trabalho, **Petrópolis**, v. 2, n. 01, p. 237-254, 1999. DOI: https://scholar.google.com.br/citations?view_op=view_citation&hl=pt-BR&user=_zC6_2wAAAAJ&citation_for_view=_zC6_2wAAAAJ:u5HHmVD_uO8C. Disponível em: <http://portaldoprofessor.mec.gov.br/storage/jornaldoprofessor/midias/arq/Burnout.pdf>. Acesso em: 22 out. 2023.

CUNHA, Carolina. **Trabalho**: o conceito e a relação com o tempo livre ao longo da história. Universo Online (UOL), nov. 2015. Disponível em: <https://vestibular.uol.com.br/resumo-das-disciplinas/atualidades/trabalho-o-conceito-e-a-relacao-com-o-tempo-livre-ao-longo-da-historia.htm?next=0003H39U39L7P>. Acesso em: 04 nov. 2023.

DIEHL, Liciane; CARLOTTO, Mary Sandra. **Síndrome de *Burnout***: indicadores para a construção de um diagnóstico. Psicol. clin., Rio de Janeiro, v. 27, n. 2, p. 161-179, 2015. Disponível em http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-56652015000200009&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 01 nov. 2023.

ENRIQUEZ, Eugène. **O trabalho, essência do homem?** O que é o trabalho?. Cad. psicol. soc. trab., São Paulo, v. 17, n. spe, p. 163-176, jun. 2014. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-37172014000100017&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 04 set. 2023.

ESCARAVACO, Bruna Brigido. **Análise do *endomarketing* de uma empresa do ramo de aviamentos de Criciúma – SC**. Curso de Administração de Empresas. Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC, Santa Catarina, 2016. Disponível em: <http://repositorio.unesc.net/bitstream/1/5282/1/BRUNA%20BRIGIDO%20ESCARAVACO.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2023.

FERREIRA, Paul; APPEL, Taynã Chiodi; HUNGERBÜHLER, Ines. **Como as empresas cuidam da saúde mental dos seus funcionários?** GV-Executivo, v. 21, n. 4: Qual o alcance do empreendedorismo social? p. 50-56, dez. 2022. DOI: <https://doi.org/10.12660/gvexec.v21n4.2022.88543>. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/gvexecutivo/article/view/88543/83309>. Acesso em: 22 out. 2023.

FURBINO, Isabella. **Endomarketing**: quais benefícios ele traz para tua empresa? Sólides Tangerino, 2020. Disponível em: <https://tangerino.com.br/blog/endomarketing-nas-empresas/>. Acesso em: 18 de novembro de 2023.

HESPAHOL, Alberto. *Burnout* e stress ocupacional. **Revista Portuguesa de Psicossomática**, Portugal, v. 7, n. 1-2, p. 153-162, jan./dez. 2005. DOI: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28770212>. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/287/28770212.pdf>. Acesso em: 22 out. 2023.

LAPPONI, J. C. **Estatística usando Excel**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2016.

LOPES, Andrea Lucia; GOMES, Maria de Lourdes. **XXIV Encontro Nac. de Eng. de Produção**. Florianópolis, SC, Brasil, nov. 2004. Disponível em: https://abepro.org.br/biblioteca/enegep2004_enegep0802_1986.pdf. Acesso em: 15 set. 2023.

Lucélia (SP) | **Cidades e Estados** | IBGE. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sp/lucelia.html>. Acesso em: 15 nov. 2023.

MARQUEZE, Elaine Cristina; MORENO, Claudia Roberto de Castro. Satisfação no trabalho – uma breve revisão. **Revista Brasileira de Saúde Ocupacional**, São Paulo, v. 30, n. 112, p. 69-79, dez. 2005. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0303-76572005000200007>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbso/a/M8DvvS9XBrTqBryT6yGYg5n/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 26 out. 2023.

MARX, Karl. **Manuscritos econômico-filosóficos**, 1844. Disponível em: <https://www.marxists.org/portugues/marx/1844/manuscritos/cap01.htm>. Acesso em: 10 out. 2023.

O que é Endomarketing, principais ações, exemplos e 8 estratégias. GUPY, 2022. Disponível em: <https://www.gupy.io/blog/endomarketing>. Acesso em: 12 set. 2023.

OLIVEIRA, Ana Aracelly; AQUINO, Mayra de Castro; SILVA, Wilian Toneli da. O *Endomarketing* como estratégia na gestão de pessoas: influências de clima e cultura nas organizações. E3 - **Revista de Economia, Empresas e Empreendedores na CPLP**, Portugal, v. 2, n. 1, p. 24-41, 2016. Disponível em: <https://revistas.ponteditora.org/index.php/e3/article/view/19/14>. Acesso em: 15 nov. 2023.

OLIVEIRA, Renato Almeida de. A concepção de trabalho na filosofia do jovem Marx e suas implicações antropológicas. **Kínesis**, v. 02, n. 03, p. 72 – 88, abr. 2010. Disponível em: https://www.marilia.unesp.br/Home/RevistasEletronicas/Kinesis/6_RenatoAlmeidadeOliveira.pdf. Acesso em: 19 nov. 2023

PALMEIRIM, Juliana. **Síndrome de Burnout: professor da UFF realiza estudos sobre a promoção de saúde nos ambientes de trabalho**, 2023. Disponível em: <https://www.uff.br/?q=noticias/11-04-2023/sindrome-de-burnout-professor-da-uff-realiza-estudos-sobre-promocao-de-saude-nos>. Acesso em: 04 nov. 2023.

PAULILLO, Gustavo. **Comunicação interna e endomarketing: mantenha equipes bem informadas.** Agendor Blog. Disponível em: <https://www.agendor.com.br/blog/comunicacao-interna-endomarketing/#:~:text=O%20termo%20endomarketing%20foi%20criado,fun%C3%A7%C3%A3o%20bem%20informados%20e%20integrados>. Acesso em: 17 de novembro de 2023. PÊGO Francinara Pereira Lopes; PÊGO, Delcir Rodrigues. Burnout Syndrome. *Revista Brasileira de Medicina do Trabalho*, São Paulo, v. 14, n. 2, 2016. DOI: 10.5327/Z1679-443520162215. Disponível em: <https://cdn.publisher.gn1.link/rbmt.org.br/pdf/v14n2a15.pdf>. Acesso em: 22 out. 2023.

QUEIRÓS, Paulo Joaquim Pina. *Burnout* no trabalho e conjugal nos enfermeiros e o clima organizacional. **Revista Investigação em Enfermagem**, Lisboa, v. 11, p. 3-15, fev. 2005. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/276273212_Burnout_no_trabalho_e_conjugal_nos_enfermeiros_e_o_clima_organizacional. Acesso em: 15 nov. 2023.

RAMPONI, Gabriel. **Indivíduo e trabalho:** contribuições de Marcuse a essa relação. Anais da VIII Semana de Orientação Filosófica e Acadêmica, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 124-129, set. 2014. DOI: <10.5151/hipro-sofia-016>. Disponível em: <https://pdf.blucher.com.br/philosophyproceedings/viii-sofia/016.pdf>. Acesso em: 11 set. 2023.

REIS, Thompson, et al. *Endomarketing*, liderança e comunicação: reflexos na organização. **Revista Brasileira de Marketing – ReMark**, São Paulo, v. 17, n. 1, jan./mar 2018. DOI: 10.5585/remark.v17i1.3773. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/remark/article/view/12220/5864>. Acesso em: 06 nov. 2023.

RIBEIRO, André; KALLÁS, David. **Gestão da estratégia.** Experiências e lições de empresas brasileiras. 3ª edição. Elsevier, 2005.

Satisfação com o trabalho vai além da remuneração, mostra estudo. VOCÊ RH, 2023. Disponível em: https://vocerh.abril.com.br/futurodotrabalho/satisfacao-com-o-trabalho-vai-alem-da-remuneracao-mostra-estudo#google_vignette. Acesso em: 20 set. 2023.

SILVA, João Carlos da. Educação e alienação em Marx: contribuições teórico-metodológicas para pensar a história da educação. **Revista HISTEDBR On-line**, Campinas, n.19, p.101 - 110, set. 2005. Disponível em: https://www.fe.unicamp.br/pf-fe/publicacao/4826/art07_19.pdf. Acesso em: 15 set. 2023.

Síndrome de Burnout. Ministério da Saúde. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-de-a-a-z/s/sindrome-de-burnout>. Acesso em: 12 nov. 2023.

Síndrome de *Burnout*: desafios enfrentados revelam como as empresas podem prevenir o esgotamento profissional e outros transtornos. **Revista Cipa & Incêndio**, ago. 2023. Disponível em: <https://revistacipa.com.br/sindrome-de-burnout-desafios-enfrentados-pos-pandemia-revelam-como-as-empresas-podem-prevenir-o-esgotamento-profissional-e-outros-transtornos/>. Acesso em: 15 nov. 2023.

SOARES, Paulo Sérgio Gomes; OLIVEIRA, Rafael Silva. Contribuições teóricas de Marcuse sobre as novas formas de controle e dominação nas sociedades capitalistas. **Revista Dialectus**, Ceará, v. 08, n. 14, p. 91-109, jan./jul. 2019.

Disponível em:

https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/46649/1/2019_art_psgsoaresrsoliveira.pdf. Acesso em: 04 nov. 2023.

SOUZA, Nataly Dandara Abrantes de. **Comunicação interna e sua colaboração na promoção da saúde mental no ambiente organizacional**: estudo de caso na empresa HCC Energia Solar. Departamento de Comunicação Social, Curso de Relações Públicas – Bacharelado 2023. Universidade Federal de Santa Maria Centro de Ciências Sociais e Humanas, Santa Maria, 2023. Disponível em:

https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/30072/TCC%202023_1%20-%20NATALY%20DANDARA%20A%20SOUZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Acesso em: 20 nov. 2023.

TEIXEIRA, Mariana; CONCLI, Rafael. **Diálogos na Teoria Crítica (Parte II)**.

Ideias, Campinas, SP, v.8, n.1, p. 09-20, jan/jun. 2017. DOI:

10.20396/ideias.v8i1.8649772. Disponível em: <https://biblioteca-repositorio.clacso.edu.ar/bitstream/CLACSO/3579/1/vol8-n1.pdf>. Acesso em:

04 nov. 2023.

VACCARO, Stefania Becattini. **Karl Marx e Hannah Arendt**: uma confrontação sobre a noção de trabalho. Sociologias, Porto Alegre, v. 17, n. 40, p. 358-378, set./dez. 2015. DOI: <https://doi.org/10.1590/15174522-017004011>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/soc/a/mxKvD4mHKJjrGnZ7ZHbdXfP/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 20 set. 2023.

VIEIRA, Isabela. Conceito(s) de *Burnout*: questões atuais da pesquisa e a contribuição da clínica. **Revista Brasileira de Saúde Ocupacional**, São Paulo, v. 35, n. 122, p. 269-276, dez. 2010. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0303-76572010000200009>. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/rbso/a/KTtx79ktPdtVSxwrVrkkNyD/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 26 out. 2023.

VIEIRA, Isabela; RUSSO, Jane Araújo. *Burnout* e estresse: entre medicalização e psicologização. Physis: **Revista de Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 29(2), p. 01-22, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0103-73312019290206>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/physis/a/57RLsw3NPS4YRKzMLHPGyTy/?format=pdf>. Acesso em: 22 out. 2023.