

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E TURISMO

MAIRÊ SIMIOLI MARCONDES FERRAZ

**Setembro o ano inteiro: um estudo exploratório sobre o papel da comunicação
interna no trabalho de prevenção à depressão**

São Paulo

2020

MAIRÊ SIMIOLI MARCONDES FERRAZ

**Setembro o ano inteiro: um estudo exploratório sobre o papel da
comunicação interna no trabalho de prevenção à depressão**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como requisito parcial para a obtenção do título de
Bacharel em Comunicação Social com Habilitação
em Relações Públicas ao Departamento de
Relações Públicas, Publicidade e Turismo da
Escola de Comunicações e Artes da Universidade
de São Paulo.

Orientadora: Prof^a Dr^a Simone Alves de Carvalho

São Paulo

2020

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

Ferraz, Mairê Simioli Marcondes

Setembro o ano inteiro: um estudo exploratório sobre o papel da comunicação interna no trabalho de prevenção à depressão / Mairê Simioli Marcondes Ferraz ; orientador, Simone Alves de Carvalho. -- São Paulo, 2020.

57 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo/Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo.

Bibliografia

Versão corrigida

1. Comunicação Interna 2. Saúde Mental 3. Depressão I. Alves de Carvalho, Simone II. Título.

CDD 21.ed. - 659.2

Relações Públicas

MAIRÊ SIMIOLI MARCONDES FERRAZ

Setembro o ano inteiro: um estudo exploratório sobre o papel da comunicação interna no trabalho de prevenção à depressão

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas ao Departamento de Relações Públicas, Publicidade e Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Data de aprovação: 11/12/2020

MEMBROS COMPONENTES DA BANCA EXAMINADORA:

Profª Drª Simone Alves de Carvalho

Profª Carla Bittencourt Lorusso

Profª Denise Pragana Videira

Local: Universidade de São Paulo – Escola de Comunicações e Artes

Dedico este trabalho a todas as pessoas que, assim como eu, lutam diariamente para quebrar estigmas e abrir cada vez mais espaços de discussão sobre saúde mental, para que as pessoas entendam que a nossa doença é real.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de iniciar agradecendo meus pais, Simonne Simioli e Alexandre Ferraz. Não fosse por eles, talvez eu nunca teria pensado em cursar Relações Públicas. Eles sempre me incentivaram a ir atrás dos meus sonhos e buscar uma profissão que eu realmente gostasse, acima de qualquer coisa. Sempre estiveram ao meu lado nos momentos que mais precisei, me acolheram e entenderam quando me assumi bissexual, e apoiaram o meu tratamento quando fui diagnosticada com depressão. Tenho muita sorte de ter pais que tanto me respeitam e me amam, independente de qualquer coisa. Muito além de terem me colocado no mundo, eles me ajudam a conquistar ele a cada dia.

É claro que minha família como um todo não poderia ficar de fora: meus avós, tias, tias-avós e primos, que sempre acreditaram no meu potencial. Também gostaria de agradecer aos meus padrinhos, madrinhas e minhas “tias postiças”, que acompanharam cada passo - mesmo de longe -, nunca me deixando desistir e sempre me dando ânimo para eu acreditar que as coisas iam dar certo.

Não poderia deixar de agradecer meus amigos, as famílias que escolhi tanto em Curitiba como em São Paulo. Não existem palavras nesse mundo que possam expressar o quanto eu sou grata por ter cruzado o caminho de tantas pessoas maravilhosas. Gostaria de dedicar alguns agradecimentos especiais. Primeiramente aos meus amigos do Dom Bosco, vocês acompanharam toda a minha evolução como pessoa e permaneceram meus amigos, vocês são guerreirinhos! Brincadeiras à parte, são muitos anos de amizade, muitas histórias, risos e choros. Não tem distância que nos atrapalhe, vocês sempre podem contar comigo e sei que posso contar com vocês.

Minha história em São Paulo e minha graduação não teriam sido tão especiais sem muitos grupos que fiz parte, como as gestões do CALC e da ECAtlética das quais participei, meus times de rugby e handebol, minhas amigas da CO BIFE, as Handmalinhas, o Dona Maricotas, entre outros grupos que tenho muito carinho. Dentre todos, há o que primeiro me acolheu... Muito obrigada, Família RPNOT16. Sinceramente, eu não sei o que teria sido da minha graduação, da minha experiência na faculdade e da minha vida em São Paulo, sem vocês. Vocês foram a porta de entrada para eu saber que há, sim, muito amor nessa cidade.

Apartecas, meu lar fora de Curitiba, minha família com dois gatinhos lindos e sem defeitos, minhas irmãs que eu vou levar para a vida toda, obrigada é pouco para vocês; mas, aqui, estamos agradecendo e essas são as palavras que tenho.

Pelo tema do meu trabalho, gostaria de agradecer algumas pessoas, individualmente.

Antônio Lepri, Bruna Gmurczyk, Davi Souto, Gabriela Diniz, Giovanna Massis, Luana Aranha, Heloísa Marcondes, Thaísa Carvalho e Vanessa Ramos, vocês estiveram ao meu lado nos dias mais difíceis que já passei na minha vida, obrigada por não desistirem de mim em nenhum momento, mesmo quando eu duvidei de vocês ou quando tomei as famosas decisões erradas. Se eu estou aqui hoje, bem e me cuidando, é porque vocês me deram a mão e não soltaram quando as coisas ficaram difíceis.

Gostaria de agradecer, por fim, à minha psicóloga e à minha psiquiatra, por serem pessoas maravilhosas que me ajudam a entender cada vez mais sobre mim e a minha doença, e que me inspiraram a fazer esse TCC. Obrigada por terem me ajudado a conseguir sobreviver durante todo esse processo de fazer esse trabalho em quarentena.

Por fim, gostaria de agradecer à minha orientadora por toda a ajuda e apoio que recebi, não só em relação ao projeto, mas também emocional.

RESUMO

FERRAZ, Mairê Simioli Marcondes. **Setembro o ano inteiro: um estudo exploratório sobre o papel da comunicação interna no trabalho de prevenção à depressão**. 2020. 57 f. Dissertação (Bacharelado em Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020.

Tendo em vista o aumento dos casos de depressão e a relação da doença com o ambiente de trabalho, este trabalho busca entender qual papel a comunicação interna pode ter para ajudar a reverter esse quadro, uma vez que é a área responsável por se comunicar com todo o quadro de colaboradores. Para isso, torna-se necessário analisar o contexto social da pós modernidade e seus impactos no psicológico da população, compreender como iniciativas que visam a saúde mental, como o Setembro Amarelo, são trabalhadas dentro das empresas, e a correlação entre a doença e o trabalho. A partir dessa investigação, é desenvolvida uma pesquisa exploratória online, com o objetivo de entender como os funcionários veem a depressão e qual é o papel da empresa na atuação da prevenção e tratamento da doença. Diante dos resultados, é avaliada a possibilidade de criar-se uma campanha que busque manter os funcionários informados ao longo do ano, e não em apenas um mês, dada a relevância do assunto para eles, além das consequências que a empresa pode sofrer por não abordar o tema.

Palavras-chave: Depressão; Comunicação interna; Saúde mental no trabalho.

ABSTRACT

FERRAZ, Mairê Simioli Marcondes. **September the whole year: an exploratory study on the role of internal communication depression's prevention**. 2020. 57 f. Dissertation (Bachelor of Social Communication with Qualification in Public Relations). School of Communications and Arts, University of Sao Paulo, Sao Paulo, 2020.

Due to the increasing cases of depression and the relationship of the disease with the work environment, an attempt is made to understand what role internal communication can play in helping to reverse this situation, since the area is responsible for communicating with the whole board of employees. It is necessary to analyze the social context of post modernity and its impacts on the population's psychology, to understand how mental health initiatives such as September Yellow are worked within companies, the correlation between illness and work and the importance of internal communication. Based on this investigation, an exploratory online survey is developed with the objective of understanding how employees view depression and the company's role in preventing and treating the disease. In view of the results, there is a possibility of running a campaign that seeks to inform employees throughout the year and not just in a specific month is evaluated, given the relevance of the matter to employees and their demands, in addition to the consequences that the company may have by not addressing the topic.

Keywords: Depression; Internal communication; Mental health at work.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Gráfico da variedade de respostas da pesquisa: idade.	24
Figura 2 - Gráfico da variedade de respostas da pesquisa: sexo.	25
Figura 3 - Gráfico da variedade de respostas da pesquisa: região do país.	25
Figura 4 - Gráfico da variedade de respostas da pesquisa: empresa.	26
Figura 5 - Gráfico da variedade de respostas da pesquisa: cargo.	27
Figura 6 - Gráfico de respostas: Importância do tema saúde mental atualmente..	28
Figura 7 - Gráfico de respostas da pesquisa: Acesso a informação de sintomas e prevenção de doenças como a depressão.	29
Figura 8 - Gráfico de respostas da pesquisa: Buscar tratamento com médicos e psicólogos... ..	30
Figura 9 - Gráfico de respostas da pesquisa: Suporte familiar e do círculo de amizades.	31
Figura 10 - Gráfico de respostas da pesquisa: Suporte da empresa que trabalham.....	32
Figura 11 - Gráfico de respostas da pesquisa: Empresas que possuem ações em setembro sobre saúde mental.	34
Figura 12 - Gráfico de respostas da pesquisa: Tipos de ações que fazem parte da campanha.	35
Figura 13 - Gráfico de respostas da pesquisa: Responsabilidade da empresa em informar sobre doenças que possuem relação com trabalho.	37
Figura 14 - Gráfico de respostas da pesquisa: Relação entre o trabalho e doenças como a depressão.	38
Figura 15 - Gráfico de respostas da pesquisa: Abordar o tema depressão com regularidade.	39

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 SETEMBRO AMARELO.....	13
3 DEPRESSÃO <i>VERSUS</i> TRABALHO	15
4 COMUNICAÇÃO INTERNA	20
5 PESQUISA DE OPINIÃO	23
5.1. Visão pessoal.....	27
5.2. Setembro Amarelo	33
5.3. Comunicação Interna	36
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	42
ANEXO.....	44
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	55

1 INTRODUÇÃO

Não é segredo que a cada ano os casos de depressão só aumentam: a própria Organização Mundial da Saúde (OMS) realizou um levantamento que prevê que em 2030 a doença pode se tornar a mais comum do mundo (BBC, 2009). O cenário social da modernidade líquida, uma era cercada de incertezas (BAUMAN, 2001), não gera nenhum tipo de conforto para os depressivos, e só tende a agravar a situação.

Dentro do ambiente organizacional, os reflexos dessa pandemia começam a aparecer. Em 2017, a doença se tornou a décima enfermidade mais comum no afastamento de funcionários (Associação Nacional de Medicina no Trabalho, 2019), e surgem cada vez mais pesquisas relacionando o trabalho ao desenvolvimento ou agravamento da depressão. Por isso, se torna necessário que as empresas iniciem o trabalho com práticas preventivas e disseminação de informações sobre o tratamento da depressão, para auxiliar seus colaboradores que possam desenvolver ou que foram diagnosticados com depressão. Nesse sentido, dentro das empresas e demais organizações, a área de comunicação interna torna-se fundamental no processo de prevenção da doença, encabeçando ações com o intuito de auxiliar os funcionários e prevenir que a doença se prolifere na empresa.

Desde 2015, o governo federal decidiu adotar a campanha do Setembro Amarelo (OLIVEIRA *et al*, 2020). Apesar do objetivo de prevenir o suicídio, a campanha também abrange a prevenção de outras doenças psíquicas, como a depressão, pela correlação que existe entre as duas. Algumas empresas aderiram ao esforço governamental e começaram a abordar o assunto uma vez ao ano. Mas, tratando-se de uma doença que vem se disseminando cada vez mais - e que não é sazonal, como uma gripe -, por que não realizar uma campanha que aborde o assunto durante o ano inteiro?

O conceito de campanha adotado para esse trabalho é o de uma “série de determinadas operações ou esforços sistemáticos enviados para a obtenção de um resultado específico” (MICHAELIS), nesse caso uma série de ações de comunicação interna que resultariam em um trabalho de prevenção e de disseminação de informação sobre o tratamento de depressão, sem definição de uma estratégia que deve ser seguida. Pois antes mesmo de qualquer tipo de planejamento de ações e definição de cronogramas, é necessário entender o contexto em que as empresas se encontram, e olhar especialmente o público-alvo da campanha: os colaboradores. Por isso, o presente trabalho propõe-se a realizar uma pesquisa exploratória, como forma de

compreender se esse é um tema relevante para os funcionários, se de fato existe um campo de atuação para a comunicação interna no combate à doença, além de averiguar se já existem empresas trabalhando com campanhas do Setembro Amarelo. Dessa maneira, também determinar se existe interesse organizacional em planejar uma campanha sobre depressão que dure o ano todo.

A partir da definição do objetivo, o trabalho divide-se em três capítulos com enfoque teórico. O primeiro, sobre o Setembro Amarelo, explica como a campanha surgiu no Brasil e como tema do suicídio relaciona-se com o da depressão. O capítulo seguinte aborda a correlação entre a doença e o trabalho, buscando contextualizar a sociedade moderna, as condições que compõem o ambiente empresarial e as consequências do aumento de número de diagnósticos de depressão nas empresas.

Por fim, o último capítulo é dedicado ao tópico da comunicação interna, os afazeres da área e sua importância dentro do contexto organizacional. Após todo o aporte teórico, desenvolve-se a análise da pesquisa, seguida das considerações finais.

2 SETEMBRO AMARELO

Segundo o site Wikipédia, o conceito de suicídio se resume ao “ato de causar a própria morte de forma intencional”, simples e direto, o oposto do que pesquisadores definiriam sobre o que de fato leva uma pessoa a cometer tal ato, já que é considerado o “desfecho de um fenômeno complexo e multidimensional, e decorrente da interação de diversos fatores. ” (CHACHAMOVICH, 2009, p. 19). Nos últimos anos, a atenção do mundo tem se voltado para essa fatalidade, na medida em que os números de mortos são extremamente expressivos.

De acordo com dados de 2016 da OMS, a cada quatro segundos uma pessoa tira sua vida, representando 800.000 mortes por ano. Esse número supera os óbitos de doenças como malária e câncer de mama, além de mortes por guerra ou homicídio (VEJA, 2019). Sendo assim, nos últimos anos, os governos e as organizações mundiais vêm trabalhando em maneiras de prevenção do suicídio, com o intuito de reduzir o número de óbitos. Para gerar ainda mais engajamento, a OMS criou, em 2015, o Dia Mundial de Prevenção ao Suicídio, no décimo dia do mês de setembro.

Atualmente, é impossível falar sobre comunicação e saúde mental sem mencionar o Setembro Amarelo, uma campanha “foi criada com o objetivo de levar ao conhecimento da população as formas de prevenção ao suicídio e alertá-la a respeito desse problema não só no Brasil, mas no mundo.” (OLIVEIRA *et al*, 2020. p. 3). Nesse mês, grande parte dos países se dedicam a uma comunicação massiva sobre os cuidados necessário para que uma pessoa não tire sua vida, e essa iniciativa repercutiu no ambiente corporativo.

Hoje, algumas empresas trabalham com a estratégia do Setembro Amarelo para abordar questões de saúde mental relacionadas ao trabalho, ou como forma de promoção para o público externo. Independente das motivações, é importante destacar que essa iniciativa governamental levou para as empresas o debate sobre questões de saúde relacionadas ao psicológico dos trabalhadores.

Apesar de ser “consensual entre os pesquisadores em suicidologia a noção de que não há um fator único capaz de responder pela tentativa ou pelo suicídio propriamente dito” (CHACHAMOVICH, 2009, p. 19), existe uma correlação entre a depressão e o suicídio. Estatisticamente, segundo a cartilha para profissionais da imprensa da Associação Brasileira de Psiquiatria (ABP), de 15.629 suicídios, “96,8% dos casos caberia um diagnóstico de transtorno mental à época do ato fatal.” (Bertolote e Fleischmann, World Psychiatry, 2002).

Dentro dessa porcentagem, 35,8% dos diagnósticos são de transtornos de humor, categoria em que a depressão se enquadra. Existem inúmeras pesquisas que procuram

comprovar essa relação, apesar das dificuldades de realizar os testes empíricos, alguns resultados se mostram promissores. Um estudo que leva em conta os Estados Unidos, o Canadá e a parte urbana da China, revelou que a chance da depressão levar ao suicídio é dez vezes mais alta do que de outras doenças, como a ansiedade (CHACHAMOVICH, 2009, p. 19) . Por conta desse tipo de correlação, muitas vezes, dentro das campanhas de Setembro Amarelo, as medidas de prevenção do suicídio acabam interseccionando-se com métodos de prevenção da depressão, como ir ao psicólogo ou conversar com pessoas que possuam sintomas similares.

Dessa forma, as campanhas acabam sendo o momento a partir do qual muitas empresas abordam o assunto da depressão e sua prevenção. Inclusive, um estudo feito em uma ilha sueca mostrou uma redução de 60% na taxa de suicídio entre mulheres e idosos, em dois anos, ao realizar-se intervenções na área de saúde, com o objetivo de obter maior detecção da depressão e oferecer o tratamento adequado (idem).

Pode-se concluir, então, que ao atrelar intrinsecamente a campanha do Setembro Amarelo ao tópico da depressão, é importante que as organizações comecem a prestar atenção ao tema, não só para o bem estar pessoal, mas pelas correlações existentes entre o trabalho e a saúde mental. Assim, as empresas devem buscar entender como o ambiente profissional interfere na saúde do trabalhador, buscando formas de manter a saúde deles, uma vez que a saúde mental dos empregados também afeta o desempenho da empresa como um todo, desde as relações interpessoais, e até mesmo financeiramente.

3 DEPRESSÃO VERSUS TRABALHO

A *pós-modernidade* não é um termo unânime no campo da sociologia. Zygmunt Bauman, sociólogo polonês que popularizou o termo, ao lançar sua obra *Modernidade Líquida*, em 1999, começa a tratar a pós-modernidade por um novo termo, que leva o título dessa obra. Independente dos vocábulos utilizados, para o autor, tal período é marcado pela fugacidade das relações sociais, econômicas e de produção (BAUMAN, 2001). Essa transição da modernidade para a pós-modernidade ou modernidade líquida não resultou apenas em consequências históricas para a sociedade ocidental, mas também sociais e psicológicas.

Segundo Bauman (1998), a *pessoa moderna* é caracterizada pela busca da liberdade pessoal em meio a uma sociedade que valorizava as regras, as normas e a dualidade das coisas, como certo e errado. Por sua vez, a sociedade pós-moderna goza da possibilidade de ser livre, porém ao custo de sua estabilidade (BAUMAN, 1998). Principalmente depois da queda do muro de Berlim, uma ansiedade social generalizada tomava novas proporções, pois não havia mais um mundo dividido fisicamente em capitalistas e socialistas. Assim, o ocidente entra em fase de desorganização, na qual cada país busca se encontrar e sobreviver em meio à liberdade de escolha de modos de governar, prezando pelo bem estar e felicidade de sua nação.

Ademais, surge o “Terceiro Poder”, as potências alternativas ao clássico EUA e URSS, que criam novas frentes de influência global (BAUMAN, 1998). Além disso, a instabilidade tomou conta da área econômica, levando países a crises causadas pela disparidade financeira entre nações socialistas que tiveram de adaptar-se ao capitalismo, além da percepção da má distribuição de renda mundial (BAUMAN, 1998).

Dessa forma, as relações sociais tornaram-se cada vez mais efêmeras e superficiais. Uma vez que a mobilidade econômica e social se torna flexível (BAUMAN, 1998), muitas relações são estabelecidas pelo interesse, na medida em que há alteração do meio social onde se está inserido, conforme o indivíduo ascende economicamente, como bairros, clubes e outros círculos. Bauman (1998, p.10) afirma que “os homens e as mulheres pós-modernos trocaram um quinhão de suas possibilidades de segurança por um quinhão de felicidade”. Ou seja, segundo o autor, o custo de perder a segurança é viver na instabilidade; esse é o fruto do mal-estar da pós-modernidade. Atualmente, esse estado é refletido em doenças mentais como a depressão.

Segundo o site do Dr. Drauzio Varella, podemos definir a depressão como

Uma doença psiquiátrica crônica e recorrente que produz uma alteração do humor caracterizada por uma tristeza profunda, sem fim, associada a sentimentos de dor, amargura, desencanto, desesperança, baixa autoestima e culpa, assim como a distúrbios do sono e do apetite. (BRUNA s/d).

Sendo assim, é uma doença psiquiátrica que afeta a percepção de vida e os hábitos dos seres humanos, desde o âmbito pessoal até o profissional. Mas, por que há tanta preocupação em torno da depressão? Segundo o site do Ministério da Saúde (s/d), a “prevalência de depressão ao longo da vida no Brasil está em torno de 15,5%”, ou seja, existe 15% de probabilidade de um brasileiro desenvolver a doença. Além disso, a OMS prevê que no ano de 2030 essa será a doença mais comum no mundo (BBC, 2009).

Diante desse cenário, devemos pensar em como essa projeção afeta o mercado de trabalho, afinal, desde 1999 a depressão pode ser reconhecida como uma doença proveniente do trabalho (TEIXEIRA, 2007), apesar de todas as dificuldades para a comprovação, uma vez que necessita-se de um laudo médico relacionando o trabalho com o desenvolvimento da doença (idem). Apesar disso, cada vez mais encontram-se recursos para estabelecer essa associação. No caso dos países europeus, desde 1990 é aplicada uma pesquisa com foco em compreender e informar como o trabalho, em todas as suas dimensões, afeta a saúde do trabalhador, inclusive no que diz respeito à saúde mental (CARDOSO e MORGADO, 2019).

Há uma vertente de estudo sobre a relação entre trabalho e depressão, liderada por Christophe Dejours¹, que coloca o trabalhador como próprio causador da doença, uma vez que a propensão à enfermidade está diretamente relacionada à personalidade dos indivíduos. Porém, tal corrente exclui os fatores laborais que podem afetar e moldar a personalidade do trabalhador (AMBROSIO, 2013). Diante desses cenários, é importante compreender qual é o contexto atual do mercado de trabalho.

Trabalhadores de todo o mundo estão tendo que conviver com desemprego, competição acirrada, metas elevadas, jornadas extenuantes, exigências de qualificação e maiores habilidades, domínio de outros idiomas, rapidez nas tomadas de decisão, ameaças de perda de cargo, tarefas repetitivas, ausência de pausa no trabalho, exposição a situações prolongadas de tensão, pressão de clientes e chefes, falta de reconhecimento do trabalho, hostilidades nas relações, perda de direitos trabalhistas, ausência de perspectiva de crescimento profissional, recriminações de conduta, gestões autoritárias, disponibilidade ampla à empresa, enfraquecimento das relações sindicais etc. (AMBROSIO, 2013, p. 6).

Definido o ambiente em que os colaboradores estão inseridos, é impossível refutar a possibilidade de o trabalho ser um dos fatores atuantes no desenvolvimento de uma doença

¹ Psiquiatra, psicanalista, ergonomista e ex-professor da faculdade de Medicina de Paris.

psíquica como a depressão. Estar empregado é essencial para a sobrevivência no mundo capitalista, pois é pelo trabalho que geramos nossas riquezas para suprir nossas necessidades básicas, como moradia, saúde e lazer, já que muitos governos não conseguem prover suficientemente essas condições aos cidadãos.

Assim, os colaboradores são obrigados a suportar as ansiedades expostas por Ambrosio (2013), a fim de manter sua fonte de renda. Logo, há uma grande influência do ambiente de trabalho na psique do trabalhador, pois, além da pressão de manter seu emprego, o clima na empresa nem sempre será saudável, isso é, nem sempre será um local que “respeite a identidade, os potenciais, as necessidades e aptidões do trabalhador.” (AMBROSIO, 2013). Pelo contrário, empresas geralmente possuem organogramas extremamente hierarquizados, distanciando cada vez mais o colaborador de seus superiores, abrindo brechas para o abuso de autoridade no próprio escritório.

Além disso, o ambiente empresarial é majoritariamente preconceituoso sobre questões como etnia, orientação sexual, deficiências físicas ou gênero. A prova disso é a pesquisa feita pela McKinsey, em 2018, que abre um mercado para consultorias de diversidade ao trazer à tona a rentabilidade de ter um quadro diversificado de colaboradores. O foco dessas assessorias não é só auxiliar o processo de contratação, mas também incluir esses colaboradores na empresa, ações que não seriam necessárias se o ambiente empresarial não fosse tão preconceituoso.

Sendo assim, percebe-se que os trabalhadores lidam com pressões profissionais e pessoais, tanto no seu cotidiano do escritório quanto fora dele. Podemos dizer, então, que há evidências suficientes para reservar ao ambiente de trabalho o papel fundamental no desenvolvimento de uma doença como a depressão, que tem como gatilho situações de extremo estresse e desgaste psicológico.

O afastamento de um colaborador acontece quando este se encontra em um quadro um pouco mais avançado da doença, necessitando retirar-se do ambiente de trabalho, o que prejudica a empresa, pois ela perde um colaborador do seu quadro. O mais preocupante é o fato desses casos apenas aumentarem. Só no ano de 2017, “episódios depressivos geraram 43,3 mil auxílios-doença, sendo a 10ª doença com mais afastamentos.” (Associação Nacional de Medicina no Trabalho, 2019). Além disso, mesmo a depressão em um nível mais leve - ou no início da doença - afeta a produtividade dos colaboradores, pois estão entre alguns dos sintomas:

Insegurança, isolamento social e familiar, a apatia, a desmotivação, ou seja, a perda de interesse e prazer por coisas que antes gostava, com o agravante de que podem

também ocorrer perda de memória, do apetite e da concentração, além de insônia. (TEIXEIRA, 2007, p. 33)

Tais sintomas têm efeito direto no desempenho das funções do colaborador, principalmente pela questão da desmotivação, que nos leva a um círculo vicioso no qual a produtividade cai, seguida do aumento da pressão por parte dos superiores para que se volte à produtividade antiga, acarretando em uma diminuição ainda maior do aproveitamento do funcionário.

Além disso, um indivíduo com depressão, na maioria dos casos, possui sérios problemas com a autoestima, que podem afetar a maneira como as críticas são recebidas por ele. A criatividade também é afetada, pois não há mais confiança nas ideias que surgem. O grupo social-profissional, como um todo, também é afetado, pois o colaborador se isola de seus companheiros de trabalho, não participa mais das ações da empresa e, assim, não se sente mais pertencente a ela.

Ademais, o contexto pós-moderno em que estamos inseridos potencializa ainda mais os sintomas depressivos de uma pessoa. Cada vez mais o mercado de trabalho tem refletido a efemeridade das relações sociais que existem fora dele. Assim,

Os empregos não são mais sinônimos de garantia e estabilidade, permanência naqueles depende da atualização profissional em tempo recorde, ao mesmo tempo em que nem a permanência definitiva passa a ser tão almejada, haja vista a gama de possibilidades que se perde tornando-se fidedigno a uma única função, por exemplo. (TAVARES, 2010, p. 31).

Dessa forma, os colaboradores depressivos são prejudicados por conta dos sintomas da doença, que interferem em sua motivação para continuar se atualizando profissionalmente, gerando uma nova ansiedade em torno tanto de sua carreira profissional, como em torno de sua permanência no emprego atual.

É fácil pensar que em situações como essa, muitas empresas possam oferecer apoio após o diagnóstico, ou demitir um funcionário por sua mudança de comportamento, sendo este o pior dos casos. Porém, nosso objetivo é questionar de que maneira as empresas podem auxiliar a prevenção de uma doença que tende a se tornar uma das mais comuns até 2030.

Segundo o site Ministério da Saúde (s/d), existem oito formas de se prevenir da doença: ter uma dieta equilibrada, praticar atividade física regularmente, combater o estresse concedendo tempo na agenda para atividades prazerosas, evitar o consumo de álcool, não usar

drogas ilícitas, diminuir as doses diárias de cafeína, rotina de sono regular e não interromper tratamento sem orientação médica. Também há inúmeros estudos comprovando que a meditação pode tratar a depressão (LOCH, 2017) e seu uso anterior ao diagnóstico é uma outra forma de prevenção.

Também é importante refletir sobre o comportamento dos outros colaboradores em relação à doença, pois ainda existe preconceito com pessoas depressivas. Muitas vezes, por falta de conhecimento, as pessoas não levam a sério a doença e acreditam ser vontade do indivíduo depressivo estar naquela situação. Em outros casos, as pessoas, mesmo sem intenção, usam termos ou frases que impactam profundamente seus colegas depressivos. O site do Drauzio Varella destacou três frases que nunca devem ser ditas a alguém como depressão, são elas: “Você está exagerando, não é tão mau assim.”; “Todos temos problemas, você precisa reagir.”; “Sei o que você está passando, já me senti assim, também.” (BRUNA s/d). São frases aparentemente inofensivas, mas que banalizam o problema e assumem que todos os doentes são iguais. Assim como qualquer outra doença, cada caso é específico, mas todos são uma questão séria de saúde.

Havendo inúmeras pesquisas e profissionais cada vez mais dedicados à pauta da saúde no trabalho, é importante que as empresas absorvam os aprendizados desses pesquisadores e adotem um papel ativo na prevenção da doença. Caso as ações se desenvolvam apenas para remediar a situação quando ela já estiver grave, talvez o mercado de trabalho sofra grandes consequências pela quantidade de afastamentos e queda na produtividade.

4 COMUNICAÇÃO INTERNA

A área de Relações Públicas ainda é uma incógnita para muitos dentro do espectro de profissões. Muitas vezes, pode-se confundir seu escopo de atuação com o das áreas de marketing ou publicidade, que possuem um reconhecimento social maior e também se localizam no grande campo da Comunicação. Outra confusão comum é feita com a área de Relações Internacionais, principalmente por também possuir palavra “relações” no nome.

Para que não haja dúvidas, o profissional de Relações Públicas é aquele que trabalha no “gerenciamento do comportamento da comunicação de uma organização com seus públicos” (GRUNIG *et al*, 2011 p. 34), isso é, media a relação da empresa com os grupos que possam causar qualquer tipo de pressão nela, desde os consumidores, até ambientalistas e os próprios colaboradores. Porém, a função de um profissional de Relações Públicas não é apenas mediar essa relação num momento de crise, também existe o trabalho de antecipar esses conflitos, além de estabelecer e manter boas relações com os públicos com o objetivo de evitar as pressões, bem como obter o apoio dessas pessoas (GRUNIG *et al*, 2011).

Para executar seu trabalho com o objetivo de causar um impacto positivo à sua volta, é necessário que esse profissional tenha responsabilidade pública. Para James Grunig (2011), existe uma relação de interpenetração entre público e organização, isto é, ambas se influenciam; mas, para que exista uma boa relação, a segunda precisa ser responsável pela primeira. Assim, quem atua na área de Relações Públicas precisa estabelecer uma aliança com os públicos de maneira a dar voz àqueles que são impactados diretamente pelas decisões da organização, assumindo a responsabilidade que lhe é cabida por sua intervenção. Existem várias formas de realizar essas mediações, e por isso existem as subcategorias da comunicação, muitas vezes estabelecidas pelo público com as quais elas lidam.

A comunicação interna é uma das áreas em que um profissional de Relações Públicas pode atuar. Ela “é responsável pela integração de relacionamentos internos e externo” (FARIAS *et al*, 2017). Isso significa dizer que é a área da Comunicação que alinha no interior da empresa a comunicação externa, repassando para os colaboradores a visão, a missão, os valores e as ações que são expostas ao público externo. Os comunicólogos que atuam internamente são normalmente responsáveis por *newsletters*² e murais, com o objetivo de comunicar e, muitas vezes, participar do planejamento de ações que ocorrem dentro da empresa. É uma área de

² Boletim informativo (**newsletter** em inglês) é um tipo de distribuição regular a assinantes e que aborda geralmente um determinado assunto. (https://pt.wikipedia.org/wiki/Boletim_informativo)

extrema importância na disseminação do sentimento de pertencimento dentro da organização, pois mantém todos informados, inserindo o colaborador nos rumos e planos da organização.

Os profissionais de Relações Públicas tendem cada vez mais a buscar sua emancipação de trabalho técnico, para atingir um patamar gerencial, ou seja, esses especialistas adquirem a função de assessores perante a alta administração, além de planejar e supervisionar os projetos da área (idem). O papel crucial do relações públicas na gestão estratégica de uma organização é identificar os problemas e encontrar soluções rapidamente. O valor dessa área no meio empresarial é atribuído justamente por atingir o equilíbrio entre os interesses da organização e o dos públicos - nesse caso, os colaboradores (idem).

Segundo Farias *et al.*, ao citar Robins (2017): “a comunicação que ocorre dentro do grupo é um mecanismo fundamental para que seus membros expressem suas frustrações, sentimentos de satisfação.” Dessa forma, deve-se considerar esta área da Comunicação como a que possui uma maior preocupação com o bem-estar dos funcionários, bem como a que possui maior abertura para ouvi-los. Daí a escolha de trabalhar com a comunicação interna, para buscar maneiras do profissional que atua nesta área assumir um papel cada vez mais próximo ao de gerência, atuando diretamente em uma questão que causa desequilíbrio nas relações de interpenetração dentro da própria empresa. Ao estabelecer campanhas de prevenção da depressão, adquire a postura ativa de antecipar uma doença que afeta o colaborador e, conseqüentemente, a empresa.

Muitas empresas vêm se preocupando com a questão da saúde mental nos últimos anos, por conta dos números alarmantes e a da atenção dada ultimamente pela OMS à doença. Além disso, a depressão foi tema do Dia Internacional da Saúde, em 2016. Mas o trabalho com a prevenção torna-se necessário pelo fato de, muitas vezes, existir um trabalho maior de remediação que de prevenção. Segundo Farias *et al.* (2007, p. 38): “as ações desenvolvidas pelas organizações voltadas para comunicação possuem uma característica tardia, pois os projetos são desenvolvidos após os problemas já estarem instalados.”

Outro motivo de preocupação e necessidade de medidas de prevenção provém da legislação brasileira, que pune empresas pelo número de afastamentos e reincidências de uma doença. Segundo a classificação médica, cada diagnóstico possui um código, e a depressão se encaixa na sessão F. Casos relacionados ao trabalho estão em sua maioria classificados como “F30-F39 Transtornos do humor [afetivos]” (CID-10, 1993). Atualmente, o controle e investigação anual das ocorrências médicas, utilizando os códigos para identificar as doenças, é feito por um setor específico do INSS, nomeado Fator Acidentário Previdenciário (FAP). As empresas podem sofrer “com o aumento em até 100% da alíquota do Seguro de Acidente de

Trabalho (SAT) ou reduzi-la em até 50%, caso os números do INSS indiquem redução nas ocorrências” (AMBIENTEC, 2017), ou seja:

(...) se a empresa não adota um sistema de prevenção efetivo e tem grande número de acidentes e doenças do trabalho, ela pode ser penalizada e aumentar consequentemente o valor do seguro, pagando de 3% até 6% da folha de pagamento. (AMBIENTEC, 2017, p.1)

Assim, ao trabalhar com a prevenção, a comunicação interna adota uma postura ativa de prevenir que um problema - no caso, uma doença - influencie futuramente o bem estar dos colaboradores, beneficiando a empresa com uma boa imagem entre os funcionários, maior produtividade e, principalmente, diminuindo a possibilidade de colaboradores adoecerem. Além disso, também auxilia a área financeira da empresa, ao colaborar para que a taxa paga ao INSS seja reduzida ou até mesmo que não precise ser paga, caso a empresa não possua afastamentos.

Pode-se dizer, então, que a necessidade das empresas em ter um relações públicas reside exatamente no fato de esses profissionais terem as ferramentas necessárias para auxiliá-las a reagirem da maneira mais eficaz aos problemas que possam surgir, tornando-as responsáveis perante seus públicos (GRUNIG, 2011). Uma das melhores maneiras de precaver um problema desse tipo – no caso, uma doença que tem impacto direto na empresa, tanto financeiro quanto no próprio ambiente organizacional – é conscientizar seu público interno, os colaboradores.

5 PESQUISA DE OPINIÃO

Para manter um bom relacionamento com os funcionários, programas de longo prazo tendem a ser mais eficientes que os de curto (GRUNIG, 2011). Por isso se torna tão necessário trabalhar a prevenção da doença não só em um mês, mas durante o ano todo. É importante, para compreender a existência e a funcionalidade de campanhas de prevenção da depressão, entender qual é a imagem que os funcionários têm da empresa em relação ao tema. Nesse caso, a imagem será considerada “aquilo que as pessoas pensam, e a maior parte delas por si mesmas, construindo suas próprias opiniões e as suas próprias imagens sobre as organizações.” (idem).

Contatando diretamente os funcionários, a pesquisa consegue atingir o modelo mais eficaz de comunicação em Relações Públicas, o “Simétrico de Duas Mãos”, no qual os colaboradores têm seus problemas incluídos e participam das decisões que podem afetá-los (GRUNIG, 2011). Assim, cria-se o estímulo para que as próprias empresas vejam seus funcionários como a melhor fonte de *feedbacks*, que sejam realmente aplicados no cotidiano empresarial. Como afirma James Grunig (2011 p. 99), uma “boa comunicação altera o comportamento da administração e dos públicos e, portanto, resulta em um bom relacionamento”. Por isso, a pesquisa busca entender se o trabalho da prevenção da depressão é visto como necessário também pelos próprios colaboradores.

Estudos que relacionam o trabalho da comunicação interna de empresas com as campanhas de saúde mental são muito recentes, principalmente os com o foco no próprio colaborador. Por isso, para este trabalho optou-se por uma pesquisa exploratória, que busca se familiarizar com os fenômenos estudados (CERVO *et al*, 2007). Ela não tem objetivos estatísticos, mas sim de compreender um campo que ainda não é tão explorado por pesquisadores. A obtenção dos dados foi feita por meio de uma pesquisa de opinião, disponibilizada na plataforma on-line *Google Forms*. A escolha desse método se justifica na medida em que ele

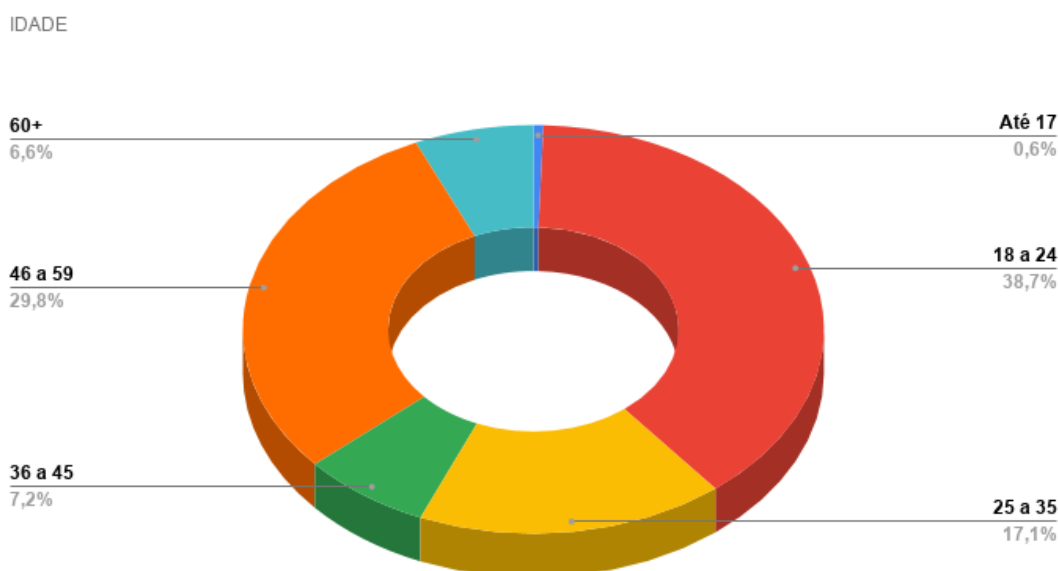
(...) possibilita a coleta de vasta quantidade de dados originados de grande número de entrevistados. Dentre seus aspectos positivos podem-se destacar a possibilidade de que a investigação do problema ocorra em ambientes reais, sem a necessidade de se lançar mão de recurso de laboratório; (...) a quase inexistência de barreiras geográficas para a realização das entrevistas e o baixo custo de aplicação (...) (BARROS; DUARTE, 2005, p. 164).

Por ser um estudo exploratório, é de extrema importância reunir o maior número de dados de diferentes localidades do Brasil, que possam se manter em uma realidade próxima daquela na qual colaboradores de organizações variadas está vivendo. Além disso, o contexto atual de isolamento social devido à pandemia de Covid-19 facilitou a realização da pesquisa, pois ela pôde ser aplicada a distância. Para obter-se o maior número de respostas, distribuiu-se o link via *Whatsapp*, pela facilidade de compartilhamento e pela variedade de contatos, tanto no que se refere à idade, como à localidade. O formulário ficou disponível para resposta por 27 dias, e foram coletadas 181 respostas.

A pesquisa foi pensada para dividir os respondentes logo na primeira pergunta: entre os que tiveram contato com alguém diagnosticado com depressão; os que não tiveram; e os que não gostariam de falar sobre. 98% das respostas afirmavam o convívio com depressivos, e nenhum dos respondentes assinalou a terceira opção. É interessante notar que ninguém preferiu não falar sobre e tantas pessoas confirmarem conhecer alguém diagnosticado, pois é comum se ouvir em debates que a depressão é um tabu; mas, avalia-se que as pessoas possam se sentir mais confortáveis para falar sobre o assunto por conta do anonimato.

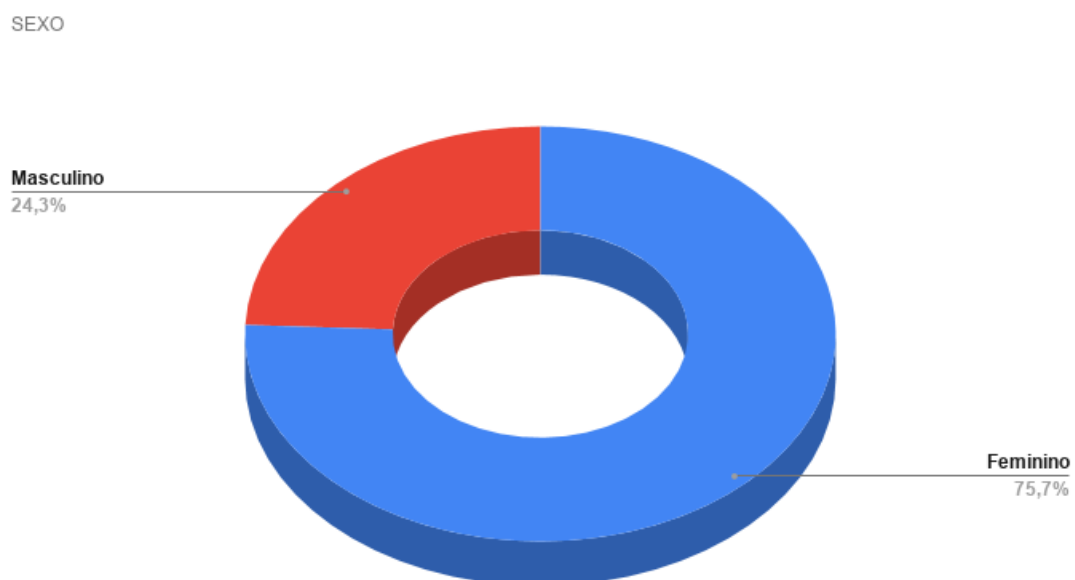
Por tratar-se de uma pesquisa de opinião, foi possível obter variedade de respostas. Essa variedade é apresentada nos três gráficos a seguir, divididos em idade, sexo e região do país:

Figura 1 - Gráfico da variedade de respostas da pesquisa: idade.



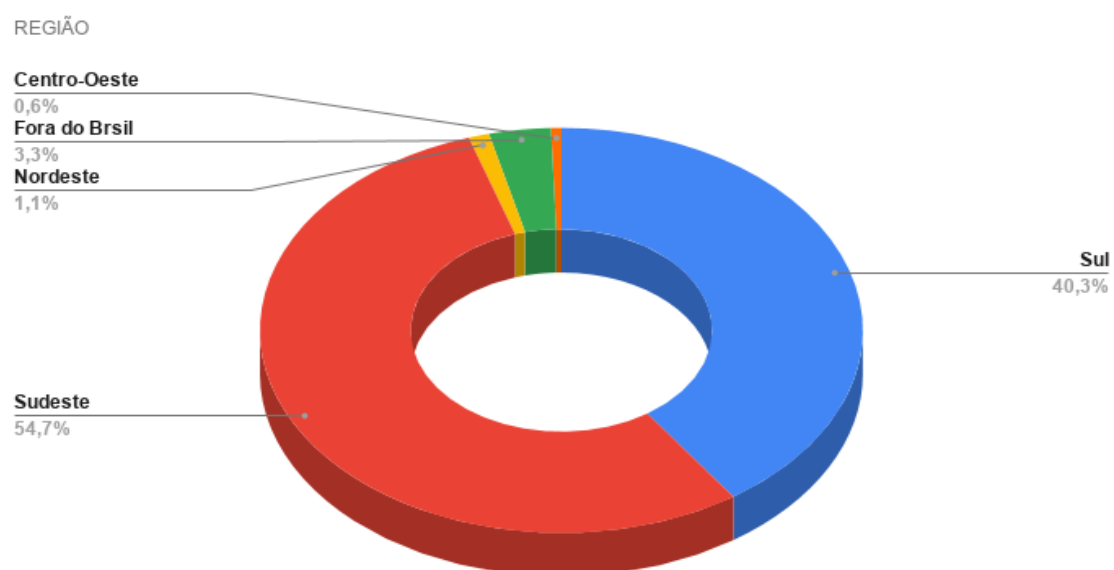
Fonte: elaborado pela autora. (2020)

Figura 2 - Gráfico da variedade de respostas da pesquisa: sexo.



Fonte: elaborado pela autora. (2020)

Figura 3 - Gráfico da variedade de respostas da pesquisa: região do país.



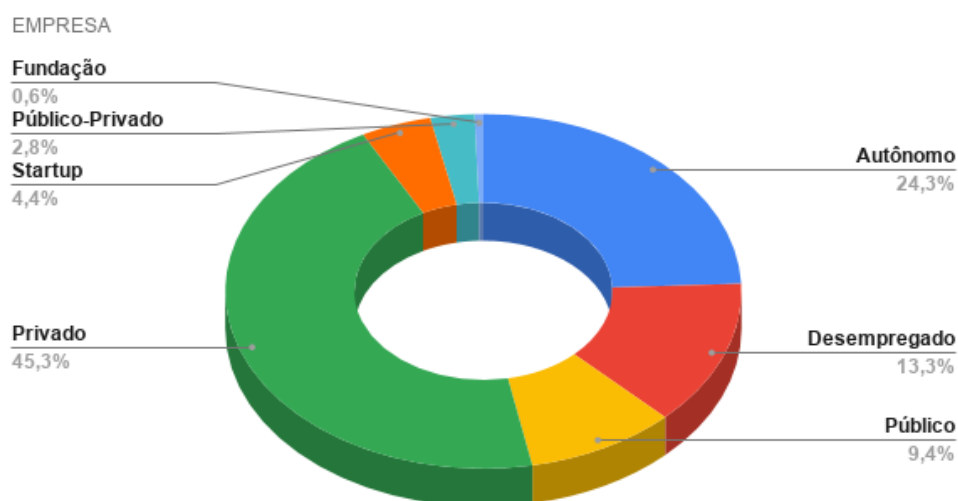
Fonte: elaborado pela autora. (2020)

Dessa maneira, foi possível obter dados de realidades diversificadas, saindo de nichos específicos, especialmente em relação à idade, uma vez que apesar de a maioria dos respondentes pertencerem a uma bolha social dos círculos de faculdade e amigos de familiares, 6,6% dos questionários foram respondidos por pessoas com mais de 60 anos, algumas aposentadas e outras ainda ativas. São pessoas que viveram diversas transições políticas e sociais que também afetaram o ambiente de trabalho e as condições psíquicas, uma vez que o Brasil passou por uma ditadura militar a partir de 1964 e por crises econômicas das mais diversas nos anos que se seguiram.

Também é interessante notar o maior número de respostas vindo do grupo feminino, dado que as mulheres são socialmente mais “permitidas” a ter acesso a suas emoções; enquanto homens são mais pressionados a suprimi-las. O estudo mencionado anteriormente, feito em uma ilha sueca, mostrou redução de 60% na taxa de suicídio entre mulheres e idosos em dois anos, por meio do investimento da detecção e tratamento da depressão; mas o grupo dos homens não sofreu reduções (CHACHAMOVICH, 2009). Apesar de não ser uma pesquisa estatística e o assunto ter ainda mais camadas, é possível, em pequena escala, perceber que existe uma abertura maior por parte das mulheres para falar sobre a doença.

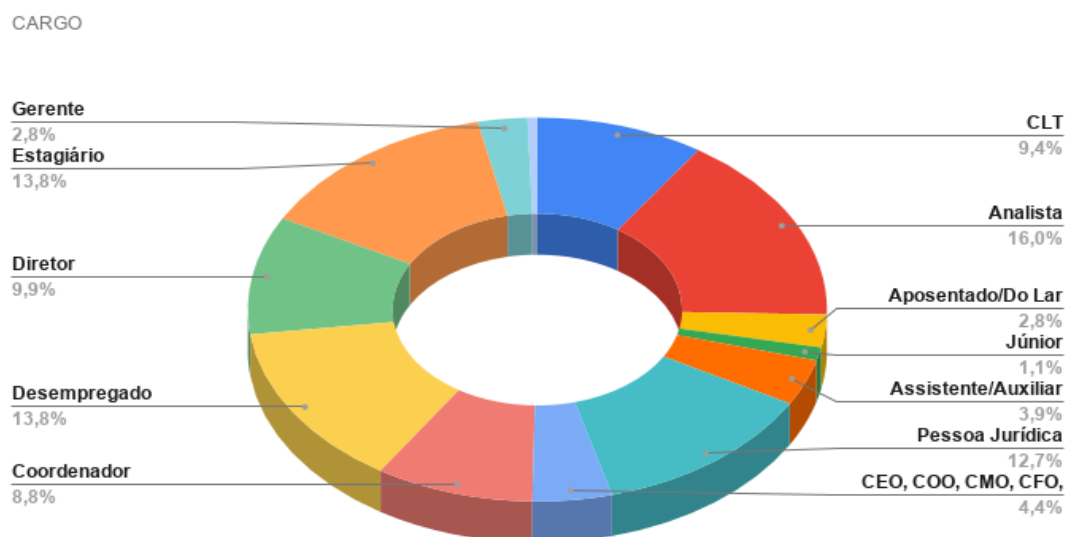
As respostas também foram divididas em relação aos tipos de empresa e de cargo, abrangendo mais realidades distintas, essencial para que esse estudo consiga atingir todos os níveis hierárquicos e estruturas organizacionais.

Figura 4 - Gráfico da variedade de respostas da pesquisa: empresa.



Fonte: elaborado pela autora. (2020)

Figura 5 - Gráfico da variedade de respostas da pesquisa: cargo.



Fonte: elaborado pela autora. (2020)

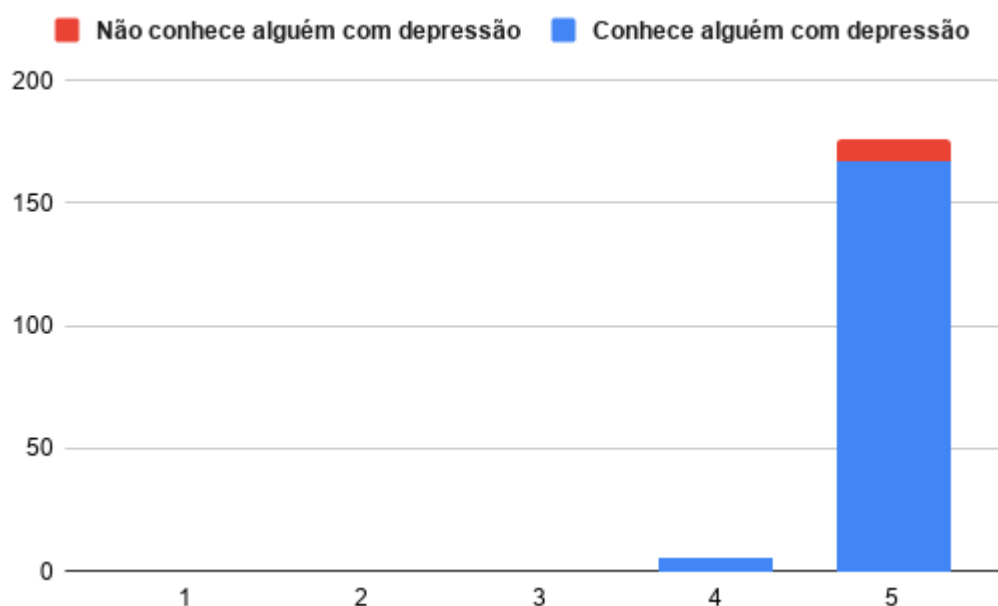
Após a análise demográfica e empresarial, focamos no principal da pesquisa: compreender a importância do tema da prevenção da depressão para os próprios colaboradores, como as campanhas estão estabelecidas dentro de empresas e como a comunicação interna pode ter um papel ativo na visão dos próprios funcionários. A partir desse ponto, todas as respostas estarão divididas em dois grupos: pessoas que conhecem alguém com depressão e pessoas que não conhecem. Essa divisão foi proposta com o intuito de avaliar se ter a presença de alguém com a doença na vida de uma pessoa influencia sua opinião sobre o tema.

5.1. Visão pessoal

A primeira sessão deste trabalho foi dedicada à visão da autora sobre o tema da depressão, buscando compreender o quanto as pessoas consideram o tema relevante, o quanto é necessária a oferta de informação e tratamento, e a importância do suporte dos grupos sociais no ambiente de trabalho. O sistema utilizado foi uma marcação de 1 a 5 para avaliar o quanto quem respondeu concordava ou não com os questionamentos propostos, em que 1 é equivalente a total discordância; 3 é considerado o ponto neutro e 5 há total concordância.

A primeira pergunta, “Você acredita que saúde mental é um tema importante atualmente?”, busca compreender a visão geral dos respondentes sobre as doenças psíquicas.

Figura 6 - Gráfico de respostas: Importância do tema saúde mental atualmente.

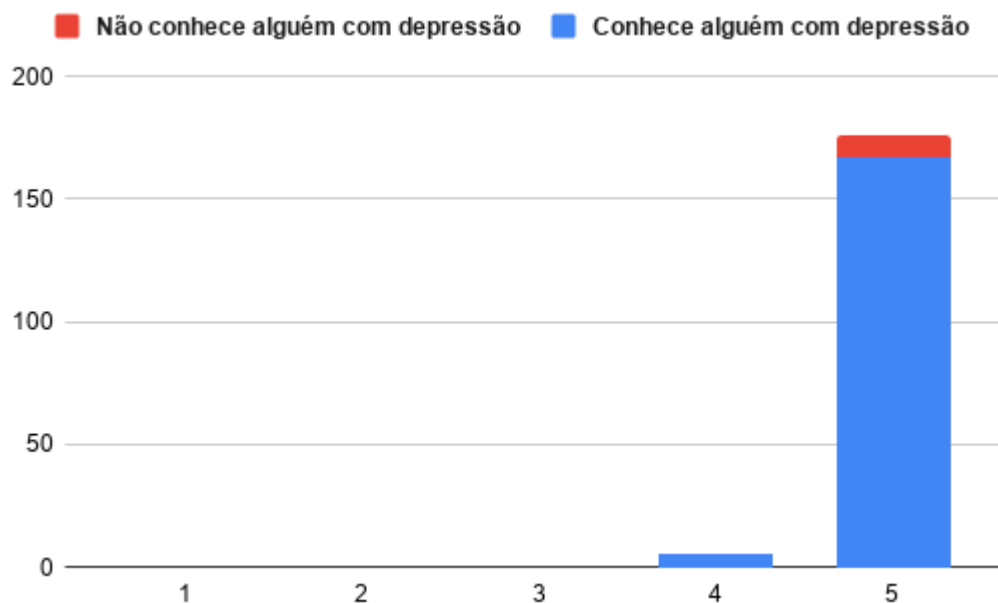


Fonte: elaborado pela autora. (2020)

Como podemos ver na Figura 6, Concordam totalmente com a relevância do assunto 97,2% das pessoas que responderam. Dentro dessa porcentagem, é contemplada 100% das respostas de pessoas que não conhecem alguém com depressão e 97% de pessoas que conhecem. Os outros 2,8% concordam parcialmente, e dentro dessa porcentagem se encontram os 3% restantes das pessoas que conhecem alguém com a doença. Pode-se concluir que em geral a saúde mental é uma questão relevante dentro de um espectro mais amplo, sem o enfoque na depressão.

Em seguida, a pergunta “Você acredita que as pessoas devem ter acesso as informações como sintomas e prevenção de doenças como a depressão?”, começa a especificar a doença, foco da pesquisa, e aborda a questão da disseminação de conteúdo explicativo.

Figura 7 - Gráfico de respostas da pesquisa: Acesso a informação de sintomas e prevenção de doenças como a depressão.

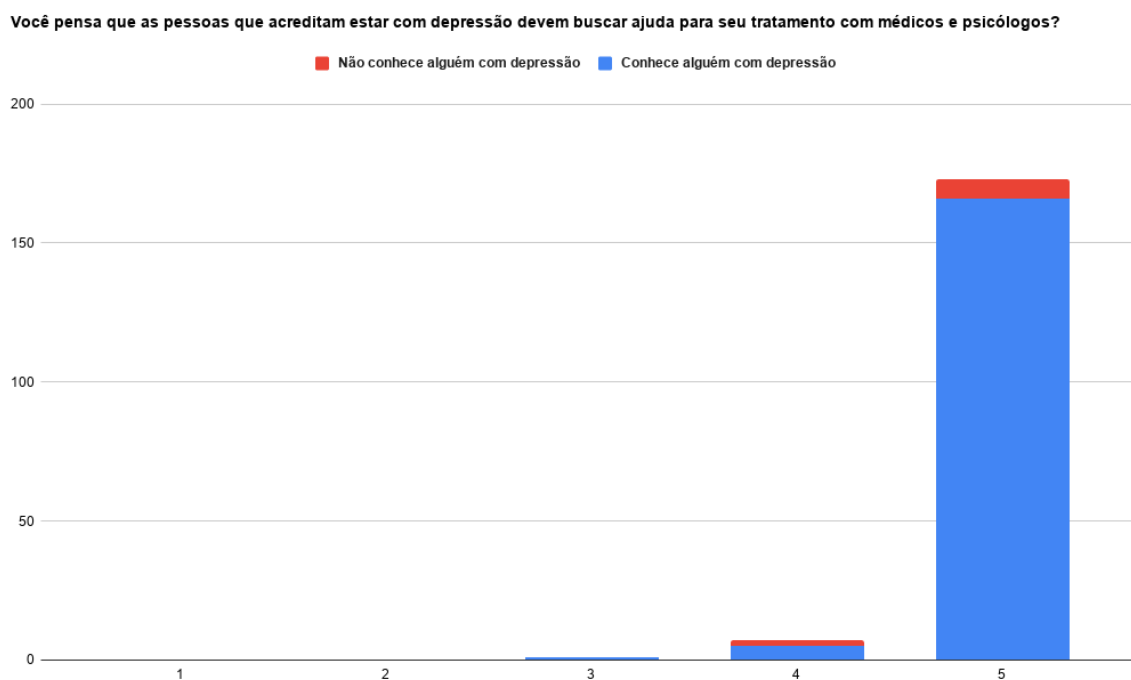


Fonte: elaborado pela autora. (2020)

As porcentagens na Figura 7 se mantêm exatamente as mesmas da Figura 6, que aponta o interesse dos entrevistados no que se refere às pessoas terem acesso a informações preventivas e de metodologias de tratamento da depressão.

Os números começam a variar quando se toca no assunto do tratamento, do suporte social e do trabalho. Ao analisar o gráfico das respostas da pergunta “Você pensa que as pessoas que acreditam estar com depressão devem buscar ajuda para seu tratamento com médicos e psicólogos?” na Figura 8, 95,6% dos respondentes (desses, 77,8% desconhecem alguém com depressão e 94,8% conhecem) concordam totalmente com a procura de ajuda profissional. Já 3,9% (representando 4,1% de pessoas que convivem pessoas diagnosticadas e 22,8% que não tem convívio) concordam parcialmente, e 0,5% são neutros.

Figura 8 - Gráfico de respostas da pesquisa: Buscar tratamento com médicos e psicólogos.



Fonte: elaborado pela autora. (2020)

Apesar da maioria concordar completamente que pessoas com depressão devem buscar ajuda para seu tratamento com médicos e psicólogos, algumas pessoas já começam a concordar parcialmente ou mantém uma posição neutra. É importante observar esse movimento, mesmo que pequeno, começa a revelar um pouco do estigma da depressão. A maioria das pessoas, quando estão doentes fisicamente, recorrem ao médico, principalmente em um caso de vida ou morte, como um câncer, por exemplo, em que quanto mais cedo o diagnóstico, maior as chances do paciente sobreviver.

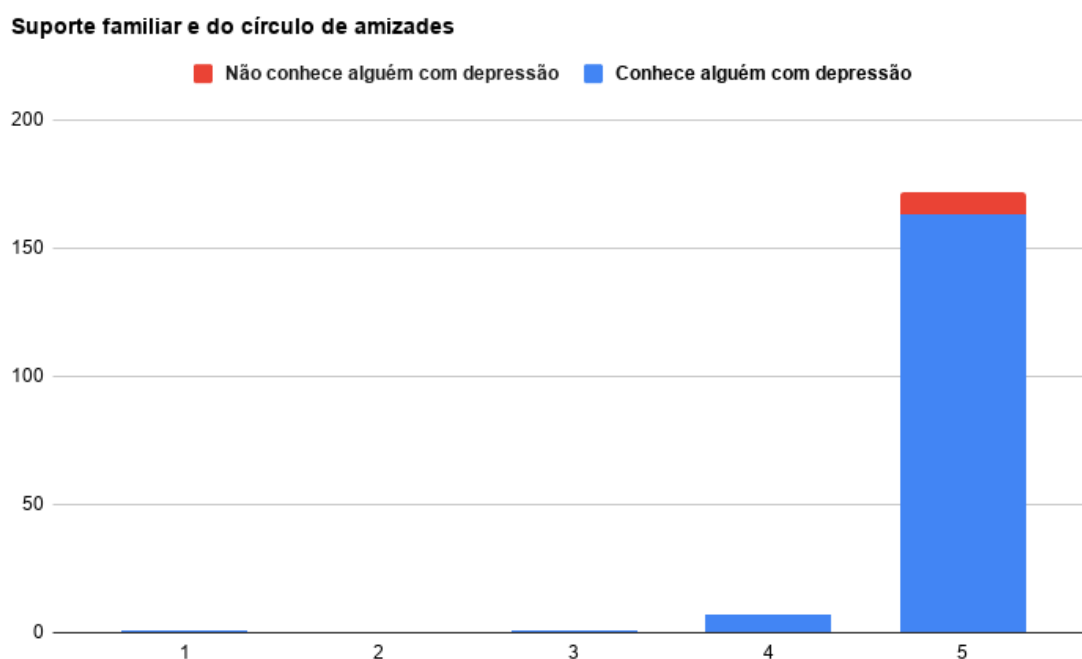
O que passa despercebido para as pessoas é que com uma doença como a depressão, o mesmo caso se aplica. Os estudos apresentados no capítulo do Setembro Amarelo evidenciam a relação entre a depressão e o suicídio, e estudos comprovam que a identificação e tratamento da doença diminuem as taxas de pessoas que tiram suas próprias vidas. Sendo assim, é extremamente importante informar às pessoas sobre a importância da prevenção e do tratamento da doença, para que haja dúvidas de que a busca por ajuda é necessária.

As últimas duas perguntas, “Você pensa que pessoas que acreditam estar com depressão ou que foram diagnosticadas devam receber suporte familiar e do seu círculo de amizades?” e “Você pensa que as pessoas que acreditam estar com depressão ou que foram diagnosticadas

devam receber suporte da empresa em que trabalham?”, tratam do suporte dado a uma pessoa com depressão, para compreender a visão da importância social e empregatícia, podendo comparar o peso dado aos dois tipos de apoio.

Vemos na Figura 9 que 95% das respostas (que representa 100% das pessoas que não conhecem alguém com depressão e 94,8% das que conhecem) concordam plenamente com a necessidade de existir uma rede de apoio social à pessoa diagnosticada com a doença. Concordam parcialmente 4% dos respondentes e o 1% restante é dividido igualmente entre as respostas neutras e de discordância total.

Figura 9 - Gráfico de respostas da pesquisa: Suporte familiar e do círculo de amizades.

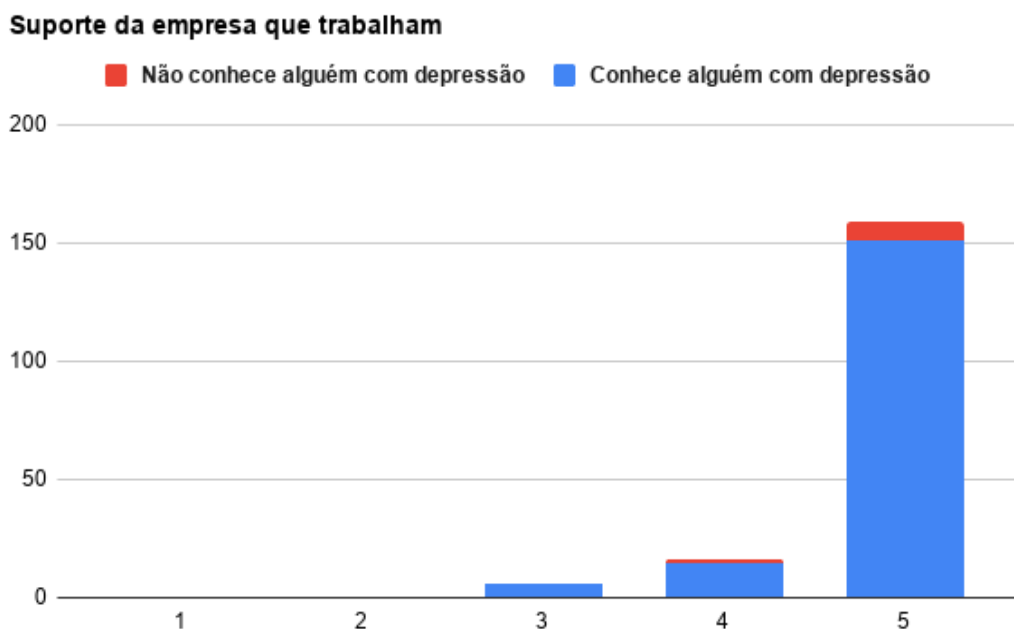


Fonte: elaborado pela autora. (2020)

As únicas respostas que não marcaram 5 na da pergunta do apoio familiar vieram do grupo de pessoas que conhece alguém com depressão, fato que deve ser observado de perto para compreender como a depressão também pode afetar as pessoas que estão presentes na vida do paciente diagnosticado, gerando afastamento de alguns familiares e amigos, tanto por uma questão de preconceito, como pela alteração de humor ou por não saberem lidar com a situação. Não podemos saber ao certo o motivo da resposta, mas é importante ter em mente como a doença não afeta só a pessoa diagnosticada.

No caso do apoio por parte da empresa, representada na Figura 10, 87,8% (representando 88,9% daqueles que não conhecem depressivos e 87,8% dos que conhecem) concordam totalmente com essa fonte de auxílio. A concordância parcial corresponde a 8,8% das respostas, que equivale a 11,1% dos que não convivem com pessoas diagnosticadas e 8,7% dos que possuem essa convivência. Os 3,4% restantes foram neutros.

Figura 10 - Gráfico de respostas da pesquisa: Suporte da empresa que trabalham.



Fonte: elaborado pela autora. (2020)

Um maior número de respondentes mostra ter dúvidas sobre o papel da empresa em ajudar os colaboradores diagnosticados com depressão. A mudança maior na distribuição da seleção dos números prossegue sendo da parte de pessoas que possuem contato com alguma pessoa que possui a doença. O que nos traz novamente à questão da importância das questões de saúde mental serem discutidas no ambiente empresarial, uma vez que a empresa pode ser uma das causas.

Além disso, o trabalho tem uma importância extrema nessa questão, por ser a fonte de renda do indivíduo, o que gera uma preocupação ainda maior dentro do quadro depressivo. Sem o apoio da empresa na questão, como um colaborador se sentirá seguro de procurar tratamento, que algumas vezes pode vir com um pedido de afastamento pelo próprio médico? É evidente

que o apoio por parte da organização tem um papel fundamental na busca e na eficiência do tratamento de uma depressão.

No geral, podemos concluir que extremamente relevante o tema da depressão no contexto atual, e que todos devem ter acesso à informação sobre a prevenção e tratamento da doença; mas, quando entramos nas nuances mais pessoais de apoio e de busca de tratamento, a certeza de alguns se transforma em parcial ou neutra, podendo chegar até em discordância total. Talvez até mesmo pela falta de compreensão da doença, algumas pessoas talvez não tenham tanta segurança em afirmar o que é ou não é melhor para uma pessoa depressiva. Por isso a informação deve ser reforçada sempre, e não uma vez ao ano, pois a depressão não é sazonal, ela pode surgir a qualquer momento, e é necessário que a população esteja pronta para amparar os diagnosticados e aqueles que tem suas suspeitas.

O ambiente de trabalho tem um papel fundamental nesse processo, deve oferecer o suporte para o tratamento, não só monetariamente, mas por meio da educação de seus empregados, para que possam apoiar uns aos outros. Se o conhecimento sobre a doença fosse mais generalizado, não teríamos tantas dúvidas quanto às questões mais delicadas do tratamento.

5.2. Setembro Amarelo

Uma vez que estamos discutindo sobre saúde mental, se torna essencial entender como o tema já está sendo trabalhado nas empresas. Pela força que a campanha do Setembro Amarelo tem - por ser trabalhada pelo governo federal e por organizações internacionais de saúde - é compreensível que as organizações se utilizem desse mês para abordar as questões de prevenção e tratamento de doenças como a depressão, uma vez que existe conexão entre a enfermidade e o suicídio.

Assim, a primeira pergunta desta fase da pesquisa busca compreender se existe esse tipo de campanha dentro das empresas no mês de setembro. Os resultados apresentados na Figura 11 estão com a somatória dos grupos de pessoas que conhecem pessoas com depressão e pessoas que não conhecem, para facilitar a apresentação de dados, uma vez que para essa parte é interessante a compreensão geral dos funcionários.

Figura 11 - Gráfico de respostas da pesquisa: Empresas que possuem ações em setembro sobre saúde mental.



Fonte: elaborado pela autora. (2020)

Surpreendentemente, a maioria dos respondentes assinalaram que não há nenhum tipo de campanha no mês de setembro na empresa em que atuam. Esperava-se que a maioria respondesse “sim”, uma vez que por conta das campanhas governamentais o assunto tenha ganhado espaço; mas, nessa pesquisa, tal esforço não parece refletir tanto a realidade organizacional.

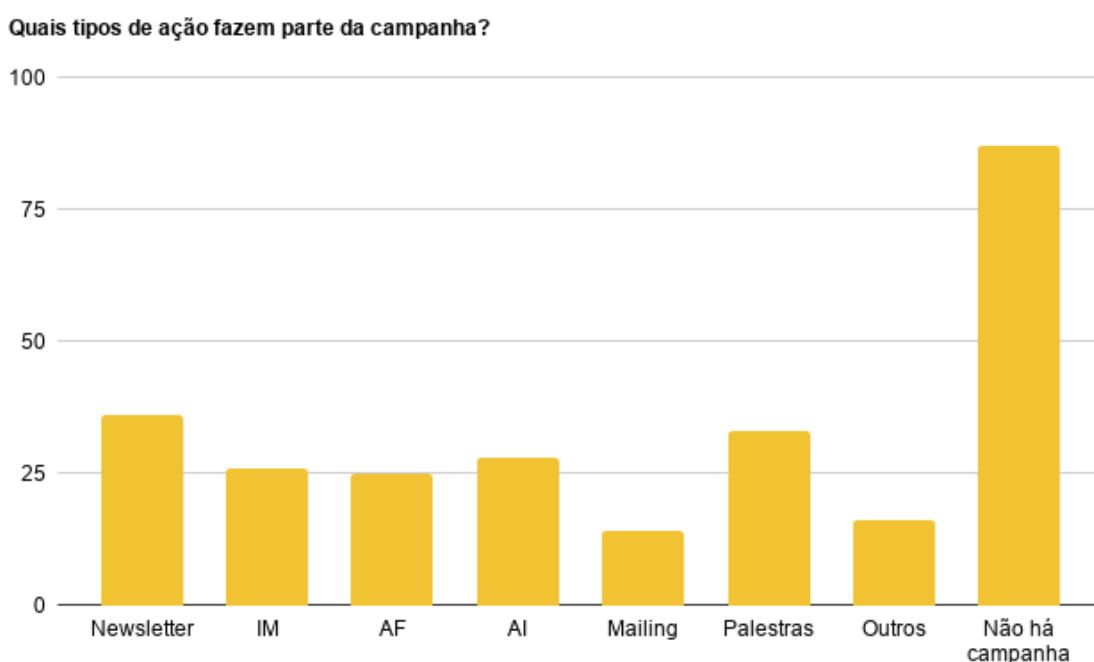
Também é importante destacar que 24,3% dos respondentes são autônomos e existe a possibilidade de eles não trabalharem na área de comunicação interna, dependendo da forma que atuam, sozinhos ou com mais pessoas. Existe uma porcentagem relevante de empresas que trabalham o tema, que já possuem o terreno preparado para uma campanha anual, já que os colaboradores têm contato e familiaridade maior com o tema.

Por fim, há uma porcentagem que não sabe dizer sobre a existência de uma campanha do tipo, o que é interessante de se analisar do ponto de vista comunicacional, para compreender o quão efetivo de fato algumas das campanhas feitas dentro de empresas são, e se os colaboradores realmente compreendem a mensagem que quer ser passada, se são utilizados recursos que cativam a atenção do público-alvo e se as plataformas de comunicação são eficazes. Uma resposta que confirma o “não saber” de um colaborador sobre o assunto, chama

atenção para as barreiras que a empresa pode estar enfrentando ao tentar se comunicar com os seus empregados. Por isso, a segunda pergunta busca entender quais são os recursos utilizados para as campanhas de saúde mental.

Nessa fase, foram dadas algumas opções, como pode ser visto na Figura 12, de formatos mais frequentes em comunicação interna: *newsletter*²; informações no mural (IM); ativações físicas no espaço de trabalho (AF); ativações na intranet³ da empresa (AI); *mailing*⁴; palestras. Havia também as opções “não há campanha” e “outros”, e os respondentes que as escolhessem poderiam informar que tipo de outras ações são feitas na empresa.

Figura 12 - Gráfico de respostas da pesquisa: Tipos de ações que fazem parte da campanha.



Fonte: elaborado pela autora. (2020)

Dentro da opção “outros” surgiram iniciativas como: fotos com camisetas coloridas, distribuição de laços amarelos, vídeos para marketing digital, e-mail protocolar padrão sobre o

³ “A *intranet corporativa* é um canal digital pelo qual as empresas podem ser comunicar com seus colaboradores.” (<https://incuca.net/quais-as-vantagens-da-empresa-ter-uma-intranet-corporativa/#:~:text=A%20intranet%20corporativa%20%C3%A9%20um,um%20papel%20estrat%C3%A9gico%20nas%20organiza%C3%A7%C3%B5es.>)

⁴ “Representação de uma base de dados e informações com os endereços de e-mails de inúmeros usuários, (...) a partir dessa base, todas as suas ações de E-mail Marketing vão ser estruturadas, facilitando o trabalho de entrega das suas mensagens.” (<https://rockcontent.com/br/blog/mailing/>)

Setembro Amarelo, reuniões de vídeoconferência, trabalho com redes sociais, *workshops*, rodas e ofertas de plano de assistência psicológica. Além disso, nesse grupo também houve respostas de pessoas que não sabiam dizer se havia campanha ou não.

Percebe-se que os recursos mais utilizados são *newsletter* e palestra. A primeira configura-se em um conteúdo informativo, normalmente já consolidado na empresa, que pode ser toda dedicada ao tema ou ter uma sessão específica sobre o assunto. A segunda, por sua vez, tem uma aproximação mais direta, pois convida algum especialista no assunto para conversar com os colaboradores.

É pertinente ressaltar que 26,5% das pessoas que responderam ao questionário marcaram mais de uma opção, evidenciando uma variedade de recursos utilizados nas empresas para comunicar a campanha. Assim, há possibilidade de se efetivar esse tipo de ação, uma vez que o colaborador é impactado por diferentes formatos de conteúdo, e também representa a importância que a empresa dá ao tema de saúde mental, por ser perceptível o investimento feito por parte da empresa.

Pode-se dizer que já existem empresas investindo na discussão do tema da saúde mental no mês de setembro, buscando formatos não convencionais e investindo em uma campanha que contenha mais de uma ação; mas, ainda existe um número considerável que não abordam o tema, mostrando que ainda existe a necessidade de provar-se a importância do tema e criar o senso de urgência em relação a uma doença que pode se tornar a mais comum em apenas 10 anos (BBC News Brasil, 2009).

5.3. Comunicação Interna

Por último, a seção sobre comunicação interna busca compreender como os colaboradores enxergam o papel da organização no combate às doenças que são derivadas do trabalho, como pode ser o caso da depressão, uma vez que todo empregado está inserido em um contexto de estresse dependendo de como as relações hierárquicas se dão ou como a empresa lida com situações de instabilidade (AMBROSIO, 2013). É fundamental essa análise para captar se os colaboradores têm esse entendimento da influência do trabalho na sua própria psique, e também entender se há diferença quando falamos sobre doenças em geral e doenças mentais.

Para essa parte, os resultados voltarão a ser apresentados com as diferenças entre pessoas que conhecem alguém com depressão e pessoas que não conhecem, para melhor aproveitamento comparativo entre as duas realidades.

A primeira pergunta, “Você acredita que é responsabilidade da empresa informar formas de prevenção de doenças que possam ter relação com o trabalho?” busca investigar como o trabalhador percebe a postura da organização em relação à doenças em geral. Analisa-se com base na Figura 13 que 71,3% dos respondentes concordam totalmente com a existência do dever da empresa em alertar os colaboradores, e dentro dessa porcentagem estão 71,5% das pessoas que conhecem alguém com depressão e 66,7% desconhecem. Já 18,6% (desses, 16,9% convivem com depressivos e 33,3% não) concordam parcialmente, e 10,1% se mantém neutro.

Figura 13 - Gráfico de respostas da pesquisa: Responsabilidade da empresa em informar sobre doenças que possuem relação com trabalho.

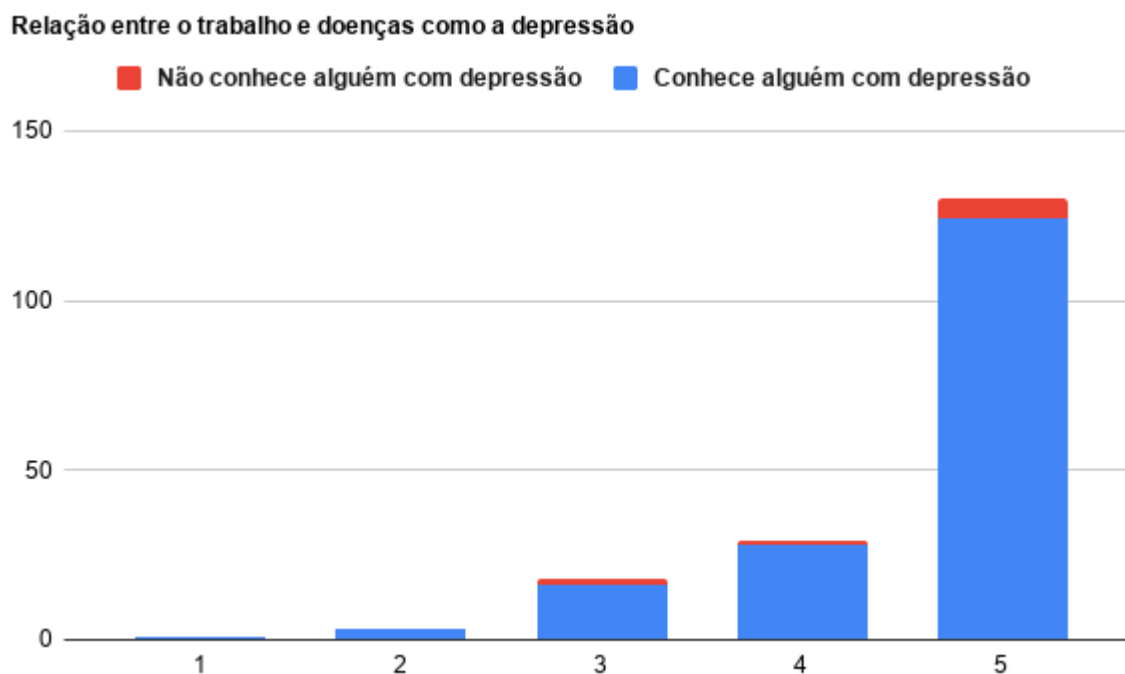


Fonte: elaborado pela autora. (2020)

A maioria dos respondentes acredita que existe o dever por parte da empresa de alertar seus empregados sobre doenças que tenham relação com o seu ofício. Apesar de existir um número considerável de pessoas neutras e que concordam parcialmente, ninguém negou essa obrigação.

Para entender se essa obrigação também deve existir em relação à depressão, primeiramente é necessário investigar se realmente os colaboradores consideram a influência do ambiente organizacional no desenvolvimento ou agravamento da doença. Por isso, a necessidade de incluir a pergunta “Você acredita que exista relação entre o trabalho e doenças como a depressão?”. Ao analisar as respostas da Figura 14, percebe-se que 71,8% concordam totalmente com a existência dessa relação (desses, 72,1% conhecem alguém com a doença e 66,7% desconhecem), 16% concordam parcialmente, representando 16,3% dos que convivem com depressivos e 11,1% dos que não. Mantiveram-se neutros 9,9% dos respondentes, sendo 9,3% os que possuem conhecidos diagnosticados e 22,2% que não possuem. 1,7% discorda parcialmente e 0,6% discorda totalmente.

Figura 14 - Gráfico de respostas da pesquisa: Relação entre o trabalho e doenças como a depressão.



Fonte: elaborado pela autora. (2020)

A maioria dos respondentes concorda com a existência da relação doença-trabalho, o que evidencia um pensamento mais crítico dos trabalhadores com seu local de ofício, percebendo que sua saúde mental também é afetada pelas condições em que eles estão inseridos. Porém, deve ser considerado que existem os que não conseguem evidenciar essa

interdependência, e mesmo sendo um número inferior, uma pessoa da alta gerência que pense dessa forma pode ser decisiva para a escolha de trabalhar o tema da depressão dentro da empresa.

Por fim, o questionário segue para a última pergunta: “Você acredita que empresas devam abordar o assunto sobre depressão (prevenção e tratamento) com regularidade?”. A palavra chave é “regularidade”, uma vez que a proposta é averiguar se faz sentido para o colaborador ter uma campanha que aborde o tema durante todo o ano e não só em um mês específico. Observando as respostas na Figura 15, percebe-se que 70,2% (que equivale a 70,3% das pessoas que conhecem alguém com depressão e 66,7% que desconhecem) concordam plenamente com uma campanha contínua, 15,5% concordaram parcialmente (correspondendo a 15,7% de pessoas que convivem com diagnosticados e 11,1% que não) e 11% permaneceram neutros (sendo 11% de pessoas que possuem pessoas com a doença em seu círculo de conhecidos e 11,1% que não). Por fim, 3,3% discordam parcialmente (desses, 3% conhecem depressivos e 11,1% desconhecem).

Figura 15 - Gráfico de respostas da pesquisa: Abordar o tema depressão com regularidade.



Fonte: elaborado pela autora. (2020)

Assim como na pergunta anterior, a maioria acredita que o tema da prevenção e tratamento da depressão deveria ser desenvolvido dentro do ambiente organizacional com maior frequência. O mais interessante nessa pergunta é não ter havido nenhuma resposta que discordasse completamente, o que pode significar que, apesar de não se compreender a correlação de depressão e trabalho, falar sobre a doença, no imaginativo do colaborador, é importante mais por uma questão social e por isso não se opõe completamente a implementação de uma campanha regular.

Ao final do questionário, todos os respondentes escreveram sugestões sobre como eles acreditam que o tema deveria ser trabalhado dentro da empresa (as respostas estão no **Anexo**). Foram extraídas as respostas com as ideias que melhor se encaixam dentro do escopo da comunicação interna. Foram apresentadas inúmeras vezes a proposta de criar uma campanha, que apesar de ser um termo amplo, cabe aqui apresentar em um formato comunicacional: o setor deveria estabelecer ações que abordassem o tema da depressão durante o ano todo, desde sua prevenção ao tratamento.

Dentro desse cronograma, podem ser utilizadas outras recomendações dos respondentes, como um canal de comunicação em que os funcionários possam ter algum tipo de auxílio psicológico ou mesmo falar com a empresa sobre demandas que possam melhorar o bem-estar do ambiente de trabalho - como rodas de conversas entre as equipes ou funcionários diagnosticados para que os mesmos possam trocar experiências.

Foram sugeridos também tópicos que podem ser trabalhados dentro das campanhas, como reiterar aos colaboradores que eles devem trabalhar apenas a carga horária proposta em seu contrato, e que horas extras devem ser casos excepcionais; buscar ideias para valorizar os profissionais desde o básico, como reconhecer um colaborador que fez algo relevante na empresa na newsletter das equipes; até promover interações entre os colaboradores de diferentes hierarquias, para que as pessoas conheçam as diferentes realidades da organização, especialmente a alta gerência.

Algo que chama a atenção é mais de uma resposta ter usado a palavra *regularidade*, isso é, tratar o tema da depressão no dia a dia, para normalizar o assunto e desconstruir pré-concepções da doença que possam existir. Um dos relatados na pesquisa foi um caso em que a pessoa voltou do seu tratamento e foi orientada a “tomar cuidado para não surtar de novo”. Os funcionários necessitam de sentir-se confortáveis procurar tratamento, sabendo que há uma rede de apoio para que possam voltar a trabalhar com o devido suporte.

O formato da pesquisa exploratória permite investigar uma camada superficial para começar a trabalhar em um estudo aprofundado. Percebemos que há possibilidade de averiguar a fundo cada seção apresentada, para compreender com mais propriedade os aperfeiçoamentos necessários para se trabalhar a prevenção e tratamento da depressão dentro das empresas. É necessário expor os benefícios que uma ação dessas apresenta. Ao diminuir o número de profissionais afastados, a empresa reduz os gastos com seguros de saúde e não há aumento na taxa de gastos por ter ações de prevenção.

Além disso, os colaboradores estarão amparados em um ambiente seguro e aberto ao diálogo, o que os ajuda a aumentar sua motivação e criar um senso de estabilidade. Em contrário do que aconteceria em organizações que não se preocupam com a depressão, nas quais os funcionários se possuem sintomas de uma doença que os deixam desmotivados, sem criatividade e sem vontade para cumprir a sua função, não possuindo os mecanismos necessários para identificar a causa desses sentimentos.

Para além da questão de benefícios para a empresa, trabalhar a favor de tornar o ambiente organizacional menos propício ao desenvolvimento de doenças psíquicas envolve um projeto que reduz as instabilidades que podem existir dos colaboradores em relação ao seus empregadores. Uma vez que estamos inseridos, segundo Bauman (2001), em uma modernidade líquida em que as pessoas buscam por segurança em meio a fluidez que se tornou a vida, as organizações adotarem estratégias de comunicação interna mais efetivas aumenta a confiabilidade dos funcionários, fazendo com que se sintam parte do seu local de trabalho, melhorando o clima organizacional.

Em campanhas como essa, também há participação de outras equipes do quadro administrativo; mas nada impede que a comunicação interna seja a área que traga para si a responsabilidade de dar o primeiro passo, mesmo com ações mais básicas, e aos poucos trabalhar na construir de uma cultura organizacional que tenha em mente a importância de trabalhar o tema, permitindo que essa consciência atinja desde a alta administração até os jovens aprendizes.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Socialmente, é indiscutível que o debate sobre saúde mental é relevante, uma vez que existe uma movimentação de organizações mundiais e do governo federal de dedicar um mês inteiro ao tema, além das inúmeras pesquisas feitas para alertar sobre a urgência de se falar sobre isso - não só relacionados ao suicídio, mas à doenças mentais como a depressão, que a cada dia se tornam mais presentes em nossa realidade.

Ao entrarmos no âmbito organizacional, é possível inferir, mesmo com uma pesquisa exploratória, que grande parte do quadro de funcionários compreende a importância de abordar a prevenção e o tratamento da depressão. Isso pode se dar pelo fato de as campanhas governamentais estarem causando algum impacto em como as pessoas enxergam as doenças psíquicas, ou até pelo fato de conviverem com a doença ou conhecerem alguém que foi diagnosticado, desmistificando certos pré-conceitos.

Uma parte crucial do trabalho verifica que, mesmo em uma pequena escala, o número de empresas que ainda não fazem uma campanha de Setembro Amarelo é considerável, já que 43% dos respondentes revelaram não haver a iniciativa em seus locais de trabalho. O que traz um alerta da necessidade de abrir esse caminho, para que o tema seja mais abordado e para que as organizações entendam a sua responsabilidade desenvolvimento da doença, uma vez que o ambiente de trabalho é cercado de gatilhos para que funcionários se tornem depressivos ou que agravem um quadro inicial ou estável.

É necessário refletir se o tema da saúde mental é realmente tão explorado como deveria ser no ambiente corporativo, pois há uma ilusão de que esse já é um tópico explorado em grande escala; mas, ao investigar um pouco mais a fundo, saindo da zona de conforto de empresas que já desenvolvem ações preventivas e de tratamento, existe um longo caminho para alcançar a ampla disseminação de informações sobre saúde mental dentro das organizações.

Deslocando o foco para a comunicação interna, pode-se afirmar que existe espaço para a atuação da área dentro do trabalho de prevenção e de tratamento da depressão nas empresas. Pelas respostas obtidas, muitas empresas já usam as ferramentas de competência da equipe responsável por se comunicar com os colaboradores para abordar o tema. Nesse caso, o caminho já foi aberto e permite explorar formas mais criativas e efetivas de informar os colaboradores sobre a depressão. Muitas vezes, a alta administração não enxerga a importância estratégica que faz parte da comunicação interna, e explorar o tema de saúde mental pode ser o momento de provar a diferença que a área pode fazer ao liderar essa mudança e apresentar dados que

comproven a efetividade de uma campanha como essa - que traz apenas benefícios, inclusive financeiro, para as empresas.

Esse quadro nos leva ao ponto principal explorado neste trabalho: a existência de uma demanda por parte dos funcionários de uma campanha que dure o ano todo. Dentro da pesquisa, a maioria dos respondentes assinalou concordar que o tema deve ser abordado regularmente, e para além dessa escolha, no momento de propor sugestões a demanda da periodicidade se manteve. Tratando-se da depressão, uma mudança da alta administração em aceitar uma campanha anual de prevenção da doença não irá atender apenas seus subordinados, mas a eles próprios, pois qualquer trabalhador está sujeito a desenvolver essa condição. É uma enfermidade como qualquer outra, que não faz distinção de raça, classe, sexualidade ou cargo profissional na hora de “atacar”.

É papel do relações públicas se recusar a ser apenas um mecanismo de transmissão de informação que só proteja a organização; esses profissionais devem sempre ter em mente o comprometimento com a responsabilidade pública, de tornar a alta administração mais responsável por àqueles que elas influenciam, inclusive os seus colaboradores (GRUNIG, 2011). Sendo assim, existe uma urgência para que a área se aprofunde e explore o potencial da comunicação interna em relação à prevenção e ao tratamento da depressão, pois é uma doença que está presente em peso nas organizações, e evienciam-se existir uma forma de participação da comunicação para reverter esse quadro.

ANEXO

Informando.
Palestras obrigatórias sobre o assunto periodicamente. Núcleos de apoio à funcionários com depressão e outros transtornos mentais com reuniões quinzenais. RH deve ter autonomia para reduzir o volume de trabalho dos profissionais diagnosticados com depressão sem redução de salário para que tenham tempo de melhorar e retornar para o volume habitual de produção e jornada.
Mais informações para prevenção
Com rodas de conversas, palestras, informativos sempre! Não só em setembro
PALESTRAS
Concientizar
Palestras que podem ajudar os funcionários a descobrirem se o que estão sentindo são sintomas depressivos
Incentivar que funcionários saiam no horário rs. E não só com palavras, mas com cultura, processos e ferramentas que de fato obriguem e pressionem gestores e funcionários a manterem uma carga horária saudável. Meu maior problema com ações de saúde mental hoje é como as empresas ficam presas ao discurso. Chega a ser ridículo receber uma mensagem sobre setembro amarelo ou aula de ioga quando vc está partindo para a milésima hora extra não-remunerada na semana e não consegue dormir direito rs.
Alertas e ações que reduzam o preconceito em relação à depressão
Voltar a atenção a carga de trabalho do funcionário e buscar sempre entender motivos para desmotivação e criar um ambiente seguro para abertura de tais assuntos sem que a pessoa se sinta ameaçada de perder o cargo
Toda empresa deve ter o cuidado de sempre valorizar o profissional e trabalhar muito desenvolvimento pessoal.
Informações
Toda empresa deve ter o cuidado de sempre valorizar o profissional e trabalhar muito desenvolvimento pessoal.
Toda empresa deve ter o cuidado de sempre valorizar o profissional e trabalhar muito

desenvolvimento pessoal.
Ter um profissional voltado para atender a saúde ocupacional de seus colaboradores.
.
palestras
palestras
Trabalhar o tema de forma regular e constante. Aplicação de teste em periódicos. A depressão é uma doença como outra qualquer, mas ainda com tabus e com aumento significativo. A falta da interação entre as pessoas com o mundo digital, criou um super buraco.
Campanhas de conscientização, pessoal rh preparado pra lidar com casos de funcionários com depressão
Divulgar o tema, estabelecer políticas internas de redução de stress, manutenção do clima organizacional saudável, oferecer suporte de tratamento inclusive na necessidade de afastamento, readaptação no caso de perda da capacidade laboral.
Promover melhor qualidade de trabalho e salários compatíveis com a função sem acúmulo de funções que não fazem parte do seu cargo.
Tendo psicólogos, terapeutas
Palestras com profissionais especializados na área (psicólogos /psiquiatras)
Usamos mural, início
Através de palestras e psicólogos a disposição e medicina do trabalho
Educação continuada
Palestras
Palestras
Campanhas informativas
Para começar não ignorando o assunto quando um colaborador apresentar doenças mentais. Tive uma crise de esgotamento mental na empresa e ao voltar da licença fui orientada a “tomar cuidado para não surtar de novo”
Fazendo maior interação entre os funcionários

Divulgando abertamente o tema, alertando sobre sintomas e sinais, trabalhando na prevenção criando um ambiente mais acolhedor e humanizado
Auxílio saúde que tenha possibilidade de usar psicologia e academia, palestras sobre organização do trabalho (otimização de tempo e trabalho saudável) e etc
Envolvendo a liderança e todos os funcionários, principalmente para romper com o tabu que envolve o assunto
...
Palestras
Avaliando periodocamente seus funcionários
Avaliando periodocamente seus funcionários
Acho que o mais importante é a empresa avaliar periodicamente o bem-estar mental dos funcionários —por meio de formulários anônimos ou outros meios— e ter canais a que eles possam recorrer caso se sintam mal ou desenvolvam transtornos. Mas essas são ações que só funcionam junto com medidas estruturais, como ensinar aos chefes a lidar com um funcionário deprimido (ou seja, a respeitar os limites do subordinado) e reformular todo o fluxo de trabalho para que ele seja sustentável na vida das pessoas e não piore a depressão. Não adianta nada fazer campanhas e forçar os funcionários a fazer horas extras, trabalhar no fim de semana, abdicar da família etc.
Equipes de bem estar. Ações de conscientização
Workshops ou palestras e oferecendo suporte para os funcionários quando estas situações entram em pauta.
Sabendo ouvir e encorajando a buscar ajuda profissional
Divulgação de campanhas regulares
Palestras sobre o tema e um profissional de psicologia a disposição dos colaboradores
Informando os sintomas, oferecendo ajuda a aqueles que procurarem o RH por este motivo.
Avisos periódicos, um centro de denúncias, palestras sobre o tema, procurar auxílio médico para a doença e colocar um convênio que trate esse tipo de doença
Informação e políticas internas de acolhimento das pessoas em sofrimento psíquico

com palestras de profissionais, apoio psicológico estendido/facilitado (via plano de saúde e/ou discagem rápida por telefone), treinamentos obrigatórios, comunicação interna
Proporcionar condições para que as pessoas possam cuidar da saúde mental seja no convênio médico ou com parcerias de apps com psicólogos. Campanhas anuais sobre conscientização sobre adoecimento mental, e políticas definidas em caso de afastamento por doenças desse tipo.
Com ações diferenciadas (Cartazes, e-mails marketing, palestras, entre outros) esclarecedoras e que diminuam o estigma relacionado a doença estimulem aqueles que sofrem a se comunicarem e procurarem ajuda.
Debatendo o tema criando campanhas e fóruns para estimular o debate. Ter um canal aberto para os colaboradores se sentirem a vontade de contar seus dramas pessoais e profissionais.
Fazer palestras e eventos de conscientização, ter programas de suporte que ajudem no tratamento de seus funcionários, desde o diagnóstico até o tratamento de fato
Não sei dizer, pois nunca trabalhei em uma empresa que abordasse esse tema, então não tenho uma referência
Palestras
Através de avaliação individual realizada por um profissional da área de saúde
Acho que a pessoa com depressão (e outras desordens mentais) não deve ser vista como incompetente, preguiçosa ou menos capaz. Combater essa visão me parece essencial
Palestras com psicólogos e psiquiatras.
Palestras e apoio
Principalmente mostrando os principais efeitos causados pela depressão e mostrando que não é uma doença diferente de qualquer outra (a gente fala que tá gripado e deve ficar em casa mas quando se trata de depressão e não se consegue levantar da cama as pessoas NAO ENTENDEM)
Ações informativas
Ações informativas
falando sobre isso sem tabu, mas com o devido tato, as pessoas nas empresas em que trabalhei ridicularizavam muito o fato de um homem ter problemas como depressão, e

transtornos psicológicos
acho que mais do que falar sobre sintomas, deve criar um ambiente saudável e acolhedor, com uma rotina que respeite os limites do trabalhador, ser compreensiva e aberta ao diálogo. Dependendo da situação, até oferecer um plano de tratamento psicológico. Prevenir além de remediar.
Com suporte terapeutico e psicologico a disposição
Com suporte terapeutico e psicologico a disposição
Falar tranquilamente sobre o tema e que todos podem pegar
Palestras e comunicação interna
Workshops com profissionais da área
Avaliação psicológica periódica pelo SESMT
Orientando sobre sintomas e observando seus colaboradores.
Informativos, palestras, ajuda psicológica
Campanhas
Conversando
Campanhas
Com palestras
Palestras
Palestras e workshops
Palestras
Fazendo palestras sobre o tema, deixar claro que o trabalhador pode faltar o trabalho em dias em que acha melhor para cuidar da sua saúde mental
Desmistificar
Com palestras motivacionais
Estabelecendo uma conversa com seus funcionários e também garantindo condições mínimas salariais, materiais, de assistência médica, de qualidade de vida para seus funcionários, pois estabilidade também é saúde mental
Não tenho uma ideia nem uma visão super boa sobre. Mas acho que coisas pequenas

já fariam diferença. Seminários regulares sobre, emails regulares com links sobre o tema. Acho que não adianta muito falar sobre em 1 dia do ano, ou em 1 mês que nem setembro, tem que ser algo regular durante o ano todo. 1 vez por mês talvez, rolar uma discussão do tema, ou só mostrar que se importa com o tema e que acha importante falar sobre.

Com

Mantendo um ambiente cada vez menos desgastante e que deixe os funcionários mais confortáveis na realização de seu trabalho.

Criar um espaço seguro para o dialogo entre membros da empresa para melhor entendimento da doença e como ela pode afetar o dia a dia de quem sofre e dos que estão a sua volta. A conversa sobre a depressão e seus sintomas pode ajudar tanto a empresa como aqueles que tem contato com alguém que pode estar em um momento delicado causado pela depressão. Acabar com os tabus da depressão é essencial

Disponibilizando toda a informação é suporte possível

Palestras e criando um ambiente de diálogo aberto

Facilitando o acesso dos funcionários a profissionais da saúde que lidem com isso, e criando programas internos de conscientização

Através de palestras e suporte da equipe

Através de informativos

Oferecer plano de saúde q inclua Psicologia e psiquiatria

On line

Palestras

Palestras

Oferecer plano de saúde q inclua Psicologia e psiquiatria

Palestras

Ser compreensivo e demonstrar apoio

Informando, prevenindo, e dando suporte adequado ao funcionário diagnosticado

Palestras com psicólogos. Pagar meu terapeuta tb ia ajudar.

Não sei responder

Palestra sobre o tema
Através de diálogo constante com os funcionários para garantir o bem estar deles e ações que promovam um ambiente confortável e seguro.
Ser aberto sobre o assunto e disponibilizar folhas para saúde mental
Conversas individuais com psicólogos
oferecendo suporte financeiro para que funcionários tenham acesso a profissionais da área, favoreçam tempo livre para o funcionário, contrate mais funcionários para reduzir o volume de trabalho daqueles que já estão na empresa
Acompanhando de perto seus funcionários
Vivências
Informação em vários níveis....
Desenvolvendo debates e seminários. Disponibilizando psicólogos para pré atendimento e encaminhamento para tratamento.
Palestras
Palestras e Coordenação Central com Psicólogo e RH para as pessoas falarem no privado sobre o assunto
Trabalhar contra o preconceito, doença de falta de vontade.
não tenho opinião formada
Campanhas, conversas com pessoas que já passaram por isso, conversa com médicos
Fazendo campanha ãs e auxílio psicólogo
PREVENTIVO: tratamento humanizado do funcionário, diminuição da carga horária e flexibilidade para a realização das atividades (idealmente, a lógica de produtividade total deveria ser extinta). PALEATIVO: suporte profissional aos funcionários, abertura para o diálogo, rodas de conversa e grupos de apoio.
De todas as formas possíveis, desde o âmbito da comunicação até o respeito e treinamento da liderança sobre o tema
De todas as formas possíveis, desde o âmbito da comunicação até o respeito e treinamento da liderança sobre o tema
De todas as formas possíveis, desde o âmbito da comunicação até o respeito e

treinamento da liderança sobre o tema
Oferecimento de reuniões ou “consultas” com RHs que tenham treinamento acerca do tema (e possam encaminhar o funcionário para um psicólogo ou psiquiatra caso suspeitem de depressão), flexibilização de regimes e horários de trabalho para funcionários com depressão já diagnosticada
relação mais pessoal com o rh
Oferecimento de reuniões ou “consultas” com RHs que tenham treinamento acerca do tema (e possam encaminhar o funcionário para um psicólogo ou psiquiatra caso suspeitem de depressão), flexibilização de regimes e horários de trabalho para funcionários com depressão já diagnosticada
Palestras
Campanha de conscientização e apoio psicológico dentro da empresa
Utilizar diversos meios, assim a mensagem pode chegar a todos os públicos com a importância necessária.
Fazendo palestras, colocando cartazes
Reuniões, palestras e tratamento médico
Palestras de conscientização e ações que demonstrem que o funcionário estará protegido dentro daquele ambiente.
Palestras para conhecimento do assunto, sintomas, tratamentos , formas de apoio, etc
Palestras para conhecimento do assunto, sintomas, tratamentos , formas de apoio, etc
De maneira bem discreta para não constranger o empregado mas ao mesmo tempo de uma forma ampla para conscientizar os demais funcionários.
Prevenção: garantir condições decentes de trabalho e garantir espaço de fala sem julgamento pra que o funcionário possa "desabafar" caso o trabalho esteja o consumindo psicologicamente
Entrevistas periódicas
Campanha
Campanha
Campanha

Com normatividade, deve-se ser encarado com cuidado e atenção.
Educação continuada-palestras
Falando sobre a doença constantemente em seus canais de comunicação interna e dispondo de pessoal especializado para atender funcionários de forma individualizada. Treinar gestores pra perceber sintomas de depressão na sua equipe e trabalhar com a equipe especializada
Através de análises individuais e de comportamento social dentro do ambiente de trabalho, e de maneira discreta analisar o desempenho do funcionário a ponto de identificar algum problema que influa no trabalho do mesmo.
Trazer um núcleo dedicado de funcionários para organizar ações periódicas em relação a saúde mental.
Eventos e conversas abertas com o líder
Com divulgação, rodas de conversa, palestras
Falando do tema e fazendo ações efetivas com o RH que antecipem casos de depressão causados pelo ambiente de trabalho
Divulgando informações sobre a doença, sintomas e como pedir ajuda
Cuidar para manter a harmonia no ambiente, aliviar a pressão e focar numa carga horária saudável para os colaboradores.
Fornecendo informações sobre o assunto e oferecendo um canal seguro de ajuda
Oferecer apoio e suporte psicológico e psiquiátrico de rotina
A depressão não vem principalmente do trabalho, ela vem também de relações pessoais, lutos etc... Sobre o que fazer na empresa é ter um ambiente saudável, alegre, com respeito, amigo e informar a todos sobre o que se pode informar
Conversando! Sempre que há uma normalização do tema, há uma busca por tratamentos. O importante é mostrar que é normal, que mais pessoas passam e que você não está sozinho :)
Com palestras e rodas de conversa sobre o assunto! Nos colocando vulneráveis ao lado dos colegas
Atividades mensais relacionadas a depressão e apoio aos funcionários, como

flexibilização dos horários, licença médica e atendimento psicólogo
Acho que o principal é a conscientização dos funcionários sobre tema. Qual são os sintomas e onde procurar ajuda
Fazendo palestras, eventos, comunicação interna e, mais do que isso, respeitar os horários e espaços de casa um! Criar uma cultura organizacional que valorize a pessoa, além de valorização de trabalho, mas como ser humano, respeitando horários, prazos e as capacidades de cada um.
Ter psicólogos especializados no assunto em sus equipé o un seguro privado onde sabían trabalhar beata materia
Criando um ambiente realmente acolhedor e que discuta saúde mental com os fucnionários o ano todo. Tendo um canal aberto com os funcionários sobre isso, criando uma cultura interna que não seja destrutiva a saúde mental dos funcionários.
Conscientização e informações sobre tratamento
Com palestras de profissionais e proximidade do RH com funcionários
Escuta ativa
Indicar os sintomas (mailing, newsletter, cartazes, etc), fazer ações preventivas (atendimento gratuito com profissional indicado), abrir um canal aberto para conversa (com a opção de anonimato)
Incluir na formação dos gestores, palestras de como diagnosticar ou identificar mudança no comportamento do colaborador.
contratando uma psicóloga de acompanhamento dos funcionários. Promovendo discussões e palestras sobre o tema.
além de adotar medidas para que o trabalho em si afete o menos possível o psicologico de seus funcionarios, como: fazendo os funcionários cumprirem apenas o horário de trabalho, adotar jornada de trabalho com menor carga horaria, possibilitar o home office,
canais informativos, possibilidade de comunicação anônima, palestras e o trabalho diário pelo bem estar dos funcionários
Palestras
Palestras

de forma bastante cuidadosa e respeitosa, reconhecendo as possíveis interferências do ambiente corporativo no desenvolvimento/agravamento dessa condições e prestando o suporte necessário ao seu quadro de colaboradores.
de forma bastante cuidadosa e respeitosa, reconhecendo as possíveis interferências do ambiente corporativo no desenvolvimento/agravamento dessa condições e prestando o suporte necessário ao seu quadro de colaboradores.
de forma bastante cuidadosa e respeitosa, reconhecendo as possíveis interferências do ambiente corporativo no desenvolvimento/agravamento dessa condições e prestando o suporte necessário ao seu quadro de colaboradores.
acho que nao só com campanhas durante o setembro amarelo, mas sim uma constante verificação da saude mental dos funcionários durante todo o ano. trazer informações relevantes, oferecimento de ajuda (afastamento, férias, psicólogos, etc), atividades que busquem o bem estar dos funcionarios dentro da empresa (eventos de interação, atividades, campanhas, etc) e sempre alinhar com a área de RH sobre como solucionar esses problemas.
Educação (esclarecendo) + atividades (tenham essa questão como perspectiva)

Bate papos e rodas de conversa
Oferecendo licença
de forma dinâmica e que engaje seus colaboradores a participar
de forma dinâmica e que engaje seus colaboradores a participar
Informando por meio de campanhas, murais informativos e palestras sobre depressão e motivos dentro do ambiente corporativo que possa levar esse empregado à depressão. Além disso, criar um ambiente que favoreça a saúde mental.
Fazendo rodas de conversa, entre pessoas do mesmo setor e, posteriormente, entre os diversos setores. Essas rodas de conversa não devem ter mais do que 5 pessoas.
Reunindo todos os funcionários e conversando sobre, contratando um(a) psicólogo(a) para atender os funcionários que precisam.
Conversas com colaboradores
De forma mais natural e suave possível

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Obras

BARROS, A.; DUARTE, J.. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

CERVO, A. *et al.* **Metodologia Científica**. 6 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

GRUNIG, J. E. *et al.* **Relações públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. 2 ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011.

OMS. **Classificação de Transtornos mentais e de Comportamento da CID-10: Descrições Clínicas e Diretrizes Diagnósticas**. trad. Dorgival Caetano. Porto Alegre: Artmed, 1993.

Textos

AMBROSIO, G. **O nexo causal entre depressão e trabalho** [online]. Revista LTr. Volume 77, nº 2, fevereiro de 2013. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/273904260_O_NEXO_CAUSAL_ENTRE_DEPRESSAO_E_TRABALHO> Acesso em 24 nov. 2020.

CARDOSO, A. C.; MORGADO, L. **Trabalho E Saúde Do Trabalhador No Contexto Atual: Ensinaamentos Da Enquete Europeia Sobre Condições De Trabalho**. Saúde Soc. São Paulo, v. 28, n.1, pp.169-181, 2019.

CHACHAMOVICH, E. *et al.* **Quais são os recentes achados clínicos sobre a associação entre depressão e suicídio?**. Rev. Bras. Psiquiatr., São Paulo , v. 31, supl. 1, p. S18-S25, maio 2009. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-44462009000500004&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 24 nov. 2020.

FARIAS, W. S. *et al.* **A Importância Da Comunicação Interna Nas Organizações**. Campo Grande, 2017.

OLIVEIRA, M. E. C. *et al.* **Série temporal do suicídio no Brasil: o que mudou após o Setembro Amarelo?** Revista Eletrônica Acervo Saúde, n. 48, p. e3191, 14 mai. 2020. Disponível em: <<https://acervomais.com.br/index.php/saude/article/view/3191/1944>>. acesso em 24 nov. 2020.

TAVARES, L. A. T. **A depressão como "mal-estar" contemporâneo: medicalização e (ex)-sistência do sujeito depressivo** [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. 371 p. ISBN 978-85-7983-113-3. Disponível em: <<http://books.scielo.org>>.

TEIXEIRA, S. **A Depressão No Meio Ambiente Do Trabalho E A Sua Caracterização Como Doença Do Trabalho**. Rev. Trib. Reg. Trab. 3ª Reg., Belo Horizonte, v. 46, n. 76, p.27-44, jul/dez. 2007.

Sites

A DIVERSIDADE COMO ALAVANCA DE PERFORMANCE. **Site McKinsey & Company**, 18 de janeiro de 2018. <<https://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/delivering-through-diversity/pt-br#>>. Acesso em: 24 nov. 2020.

BRUNA, M. H. V. Depressão. **Site Drauzio Varella**. Disponível em <<https://drauziovarella.uol.com.br/doencas-e-sintomas/depressao/>>. Acesso em: 22 mar. 2020.

CARTILHA ABP: Disponível em: <http://www.proec.ufpr.br/download/extensao/2017/abr/suicidio/manual_cpto_suicida_conhecer_prevenir.pdf>. Acesso em: 24 nov. 2020.

Depressão: causas, sintomas, tratamentos, diagnóstico e prevenção. **Ministério da Saúde**. Disponível em <<https://saude.gov.br/saude-de-a-z/depressao>> Acesso em: 22 mar. 2020.

Depressão será a doença mais comum do mundo em 2030, diz OMS. **BBC News Brasil**. 2 setembro 2009. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2009/09/090902_depressao_oms_cq#:~:text=Depress%C3%A3o%20ser%C3%A1%20a%20doen%C3%A7a%20mais%20comum%20do%20mundo%20em%202030%2C%20diz%20OMS,-2%20setembro%202009&text=Segundo%20a%20OMS%2C%20a%20depress%C3%A3o,e%20%C3%A0s%20perdas%20de%20produ%C3%A7%C3%A3o.> Acesso em: 17 set. 2020.

LOCH, A. Meditação funciona para tratar depressão. **Huffpost Brasil**, São Paulo, 28 de março de 2017. Disponível em: <https://www.huffpostbrasil.com/alexandre-a-loch/meditacao-funciona-para-tratar-depressao_a_22014572/>. Acesso em: 22 mar. 2020.

MICHAELIS. Moderno Dicionário da Língua Portuguesa. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/campanha>>. Acesso em: 17 dez. 2020.

O QUE VOCÊ DEVE SABER SOBRE O FAP, O SAT E A LEI PREVIDENCIÁRIA RELACIONADOS À INSALUBRIDADE. **Ambientec**, 13 de abril de 2017. Canal de Conteúdo. Disponível em: <<https://www.ambientec.com/o-que-voce-deve-saber-sobre-o-fap-o-sat-e-lei-previdenciaria-relacionados-insalubridade/>>. Acesso em: 14 abril 2020.

SUICÍDIO É SEGUNDA CAUSA DE MORTE ENTRE JOVENS DE 15 A 24 ANOS, DIZ OMS. **Veja**, 9 de setembro de 2019. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/saude/suicidio-e-segunda-caoa-de-morte-entre-jovens-de-15-a-24-anos-diz-oms/>>. Acesso em: 28 set. 2020.

Transtornos mentais estão entre as maiores causas de afastamento do trabalho. **Associação Nacional de Medicina no Trabalho**, 22 de abril de 2019, Saúde no Trabalho. Disponível em: <<https://www.anamt.org.br/portal/2019/04/22/transtornos-mentais-estao-entre-as-maiores-causas-de-afastamento-do-trabalho/>> Acesso em: 07 nov. 2020.